

MODULO C

INTERPRETACION Y EDUCACION AMBIENTAL

CURRICULUM:

Sección I: Introducción a Conceptos Básicos

Tema 1. Conceptos Básicos

- Apunte 1a. Introducción a la Interpretación Ambiental
- Apunte 1b. Definiciones y Conceptos Claves
- Apunte 1c. Interpretando Nuestra Herencia

Tema 2. Métodos y Técnicas de Interpretación

- Apunte 2a. Los Centros de Visitantes en las Areas Protegidas:
Consideraciones
- Apunte 2b. Clasificación de los Medios Interpretativos
- Apunte 2c. Para el Caso de los Niños
- Apunte 2d. La Interpretación para Grupos Escolares
- Apunte 2e. Títeres

Tema 3. Planificación de Programas de Interpretación y Educación Ambiental

- Apunte 3a. Planificación Interpretativa
- Apunte 3b. Metodología para la Preparación de Planes de Interpretación Ambiental en los AP
- Apunte 3c. Como Planear un Programa de Educación de Conservación
- Apunte 3d. Análisis de los Usuarios
- Apunte 3e. Selección del Método Interpretativo Más Apropiado

Sección II: La Interpretación Personalizada

Tema 4. Organización, Estrategias y Métodos de la Interpretación Personalizada

- Apunte 4a. Componentes, Estrategias y Métodos de la Interpretación Personalizada
- Apunte 4b. Un Cuento
- Apunte 4c. En la Interpretación de Parques lo Pequeño es Hermoso
- Apunte 4d. Como Preparar una Charla
- Apunte 4e. Algunas Formas de Hacer la Información Técnica Más Amena

Tema 5. Evaluación de Actividades de Interpretación Ambiental

- Apunte 5a. Evaluación de Programas Interpretativos
- Apunte 5b. La Autoevaluación: Los Pasos
- Apunte 5c. Evaluación de Charlas
- Apunte 5d. Técnicas de Evaluación de la Efectividad de la Interpretación

Tema 6. Preparación de un Programa de Diapositivas

- Apunte 6a. Planeamiento General y Producción de un Sonoviso
- Apunte 6b. La Presentación de un Audiovisual
- Apunte 6c. Como Presentar Mejor las Diapositivas

Sección III: La Interpretación Impersonal

Tema 7. Los Senderos Interpretativos

- Apunte 7a. Directrices para el Desarrollo de Senderos Interpretativos en las AP
- Apunte 7b. Lista para Elaborar una Parada Temática Efectiva

Tema 8. La Fotografía y la Interpretación

- Apunte 8a. Sugerencias para Posibles Temas y Formas de Guardar Diapositivas en Climas Húmedos
- Apunte 8b. Equipo Fotográfico Básico

Tema 9. Letreros, Exhibiciones y Paneles: Planificación y Diseño

- Apunte 9a. Directrices para la Preparación de Letreros Interpretativos
- Apunte 9b. Señalización de Parques
- Apunte 9c. Las Exhibiciones al Lado de las Vías Públicas Mejoran la Interpretación de un Parque
- Apunte 9d. El Ordenamiento Simétrico y Asimétrico del Contenido de Letreros
- Apunte 9e. En Exhibiciones, Piense Primero en Niveles
- Apunte 9f. Quince Pasos Hacia Textos Más Poderosos en Exhibiciones
- Apunte 9g. Añadiéndole Interés a las Exhibiciones
- Apunte 9h. Textos y Estilos de Letras
- Apunte 9i. Modelos: Exhibiciones y Rótulos
- Apunte 9j. Diseño de Carteles o Letreros Interpretativos

Tema 10. Las Publicaciones y la Interpretación

- Apunte 10a. Directrices para la Preparación de Publicaciones Interpretativas
- Apunte 10b. Preparación de Folletos

Tema 11. Las Relaciones Públicas y los Medios de Comunicación Masiva

- Apunte 11a. Directrices para la Preparación de un Artículo para la Prensa
- Apunte 11b. Preparándose para una Entrevista Radial
- Apunte 11c. Escribiendo Cuñas Radiales

Tema 12. El Papel de la Creatividad en Relación a las Actividades de Información, Interpretación y Educación Ambiental

PREPARACION NECESARIA PARA PARTICIPANTES

Participantes deben tener conocimiento básico sobre los recursos naturales y culturales de su AP, y de las facilidades interpretativas actuales y potenciales; deben familiarizarse con los problemas de manejo de su AP, entrevistándose con el jefe del área y otros; deben llevar un paquete de materiales sobre su AP, incluso presentación de diapositivas; deben llevar una cámara fotográfica de 35mm.

ACTIVIDADES PRACTICAS

Se considera que una implementación efectiva de este módulo requiere que los participantes dediquen períodos significantes llevando a cabo algunas de las actividades prácticas señaladas al final de cada tema.

Quizás la mejor manera de organizar estos períodos es dividiendo a los participantes en grupos pequeños, según sus intereses específicos, y permitiendo que cada grupo trabaje en uno o dos medios de interpretación desarrollando algo concreto. Los resultados podrían ser un plan de interpretación ambiental para un AP; un sendero natural para un AP, escuela o municipalidad; una exhibición para un AP; un programa de comunicación masiva con textos para un AP, etc. Por lo general las ACTIVIDADES OPCIONALES mencionadas para cada lección (tema) son actividades prácticas que requieren un período extenso de trabajo. Estas actividades podrán ser efectuadas al terminar la lección correspondiente, o al final del curso. Idealmente se debe dejar algo concreto que ayudará a alguna AP o grupo conservacionista a cumplir con sus objetivos.

Pero el objetivo principal de estas actividades es que los participantes tengan experiencia práctica en lo que han estado aprendiendo en teoría durante el curso. Para que el período de trabajo práctico tenga éxito, será necesario que los organizadores tengan a mano los materiales y equipos necesarios,

y que hayan seleccionado un destino o lugar de escenario apropiado para los trabajos a realizarse (p.e. un AP cercano). Lo más importante de todo es que los instructores que hayan participado en las lecciones - la parte teórica - estén presentes para guiar y orientar a los participantes durante esta etapa.

REFERENCIAS

INTERPRETACION Y EDUCACION AMBIENTAL

**American Association for State and Local History, 1400 Eighth Avenue,
Nashville,**

Tennessee 37203:

1965. Reaching Your Public Through Television. Technical Leaflet No. 26.

1967. Producing a Slide-Tape Show. Technical Leaflet No. 42.

1969. Marking and Correcting Your Own Copy. Technical Leaflet No. 51.

1976. Organizing Your 2x2 Slides. Technical Leaflet No. 88.

1980. Working Effectively with the Press: A guide for historical societies. Technical Leaflet No. 124.

1980. Training for Docents: How to Talk to Visitors. Technical Leaflet No. 125.

Berkmuller, Klaus. 1981. Guidelines and Techniques for Environmental Interpretation. University of Michigan, Ann Arbor.

_____. 1985. Educación Ambiental sobre el Bosque Lluvioso. U.I.C.N, (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza), Gland, Switzerland.

Brace, Judith et al. 1982. Teaching Conservation in Developing Nations. Peace Corps Manual M-7, Washington, D.C.

Campbell, D. 1977. Take the Road to Creativity and Get Off Your Dead End. Argus Communications, Allen, Texas, USA.

Chaverri, Adelaida; Vaughan, Christopher. 1981. La Elaboración de Senderos Naturales Como Instrumento Educativo. Universidad Nacional, Escuela de Ciencias Ambientales, Heredia, Costa Rica.

Cuillard, J.D. 1981. Un Taller dado a la escuela de Guardaparques. Parque Nacional Nahuel Huapi, Bariloche, Argentina. National Park Service, Washington D.C. USA.

Da Re, Silvia; Richter, Veronica. 1983. Manual de Interpretación. Administración de Parques Nacionales, Buenos Aires, Argentina.

FAO (Organización de las Naciones para la Agricultura y Alimentación). 1976. Planning Interpretive Programs in National Parks. Roma, Italia.

Fazio, James; Gilbert, Douglas. 1981. Public Relations and Communications For Natural Resource Managers. Kendall/Hunt, Dubuque, Iowa.

Fundación Natura (Marco Encalada, editor). 1985. Educación Ambiental:

~~Guías Didácticas para el Nivel Primario. Primero y segundo grados, y tercero y cuarto grados. Quito, Ecuador.~~

~~Grater, R.K. 1976. The Interpreter's Handbook. Southwest Parks and Monument Association.~~

~~Ham, Sam. 1992. Interpretación Ambiental: Una Guía Práctica para Gente con Grandes Ideas y Presupuestos Pequeños. North American Press, 350 Indiana St, Golden, Colorado 80401, USA.~~

~~Hanna, John (compiler). s/f. Interpretive Skills for Environmental Communicators. Department of Recreation and Parks, Texas A&M University, College Station, Texas 77843.~~

~~Hypki, Cindy; Loomis, Thomas. 1981. Manual para la Interpretación del Ambiente en Areas Silvestres. Serie Técnica, Informe Técnico No. 15; Centro Agrónomo Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), Programa de Recursos Naturales Renovables, Turrialba, Costa Rica.~~

~~Hypki, Cindy et al. 1982. Plan de Interpretación y Educación Ambiental para el Parque Nacional Manuel Antonio. Disponible en: INFORAT, CATIE, Turrialba, Costa Rica.~~

~~Lewis, Ralph W. 1976. Manual for Museums. National Park Service; Government Printing Office, Washington, D.C.~~

~~Lewis, William J. 1980. Interpreting for Park Visitors. Eastern Acorn Press, Eastern National Park and Monument Association.~~

~~Lieberman, Grace, et al. 1983. Métodos de Educación Ambiental. Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica.~~

~~Lieberman, Grace, et al. 1985. Actividades de Educación Ambiental: Cuaderno de Trabajo para el Alumno. Grados 1, 2 y 3. También: Guía para el Maestro. Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica.~~

~~MacFarland, Craig. 1982. Esquema de la Metodología para la Preparación de Planes de Interpretación y Educación Ambiental para Areas Silvestres. CATIE, Programa de Areas Silvestres, Turrialba, Costa Rica.~~

~~Machlis, Gary; y Field, Donald. 1992. On Interpretation: Sociology for Interpreters of Natural and Cultural History.~~

~~Martínez, José A. (editor). 1985. Educación Ambiental Hacia el Desarrollo de una Conducta Ecológica en Chile. Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Santiago, Chile.~~

~~Monaglio, E. 1987. "La educación ambiental como puente entre los parques nacionales y la comunidad." En: Revista Fauna, Flora y Areas Silvestres; Año 2, No. 4.~~

~~Moore, Alan. 1985. Manual de Operaciones para un Sistema de Areas~~

Silvestres Protegidas. Guía de Conservación No. 9; FAO, Roma, Italia.

Morales, Jorge. 1992. Manual para la Interpretación Ambiental en Areas Silvestres Protegidas. Proyecto FAO/PNUMA sobre Manejo de Areas Silvestres, Areas Protegidas y Vida Silvestre en América Latina y el Caribe, Oficina Regional de FAO, Casilla 10095, Santiago, Chile.

Morales, R; MacFarland, C. 1980. Compendio sobre la Metodología para la Planificación de Areas Silvestres. Edición mimeografiada disponible en: INFORAT, CATIE, Turrialba, Costa Rica.

Revista PARQUES:

1977. Postes como señales. Vol. 2, no. 2.

1977. Como presentar mejor las diapositivas. Vol. 2, no. 2.

1977. Movable picnic shelter. Vol. 2, no. 3. (en español).

1977. Letreros dobles. Vol. 1, no. 4.

1977. Interpretación en el Parque Nacional Guadalupe. Vol. 2, no. 1.

1978. Educación para conservación: los clubes de vida silvestre de Kenia. Vol. 3, no. 3.

1978. Equipo fotográfico básico. Vol. 3, no. 1.

1978. Senderos naturales en Suiza. Vol. 3, no. 1.

1978. Cámara de proyección con pantalla posterior. Vol. 3, no. 1.

1979. Cartelera estable y portátil. Vol. 4, no. 1.

1979. Diseño de buenos centros básicos para atención de visitantes. Vol. 4, no. 3.

1980. Normas para conservar en buenas condiciones las grabaciones de sonido. Vol. 5, no. 2.

1981. En la interpretación de parques, lo pequeño es hermoso. Vol. 5, no. 4.

1982. Conserving photographic collections. Vol. 6, no. 4.

1982. Display center in Scotland. Vol. 6, no. 2.

1983. Wayside exhibits. Vol. 8, no. 1.

1984. Getting the most from your slide presentation. Vol. 9, no. 3/4.

1985. New trends in interpretive planning. Vol. 10, no. 2.

1985. Informational folders for national parks. Vol. 10, no. 1.

Roth, Robert. 1986. Comunicación y Educación Ambiental para Técnicos. Ohio State University. (Materiales en inglés).

Sánchez, Juan Miguel; Yadira Medina y Roger Morales. 1980. Parque Nacional Volcán Poás: Plan para el desarrollo del Programa Interpretativo. CATIE, Turrialba, Costa Rica.

Scott, Hall. 1985. Programa de Educación Ambiental "Parque Nacional Podocarpus y Lagunas del Compadre". U.S. Peace Corps; Ecuador.

Scott, Robert. 1977. Fundamentos de Diseño. Editorial Víctor Lerú, Buenos Aires.

Sharpe, Grant. 1982. Interpreting the Environment. John Wiley & Sons, New York and others. (algunos capítulos disponibles en español en: CATIE, Programa de Areas Silvestres, Turrialba, Costa Rica).

Spangle, Paul; Putney, Allen. 1974. Planificación de Programas Interpretativos. Documento de Trabajo No. 18, Proyecto FAO: RLAT TF-199; Oficina Regional de FAO, Santiago, Chile.

Thorsell, James. 1984. Managing Protected Areas in Eastern Africa: A Training Manual. U.S. National Park Service, and I.U.C.N.

Tilden, Freeman. 1967. Interpreting Our Heritage. University of North Carolina, Chapel Hill. (parte disponible en español en CATIE, Programa de Areas Silvestres, Turrialba, Costa Rica).

U.S. Peace Corps (Cuerpo de Paz). 1977. Teaching Conservation in Developing Nations. U.S. Government Printing Office, Washington D.C.

U.S. Department of Agriculture, Forest Service. 1974. Developing the Self-Guiding Nature Trail. Miscellaneous Publication No. 968; Government Printing Office, Washington D.C.

Wood, D.S. and D.W. Wood. 1981. How to Plan a Conservation Education Program. International Institute for Environment and Development. U.S. Fish and Wildlife Service.

NOTA: Referencias sobre construcción y mantenimiento de senderos se encuentran en el Módulo F (Mantenimiento).

INTERPRETACION AMBIENTAL

SECCION I

INTRODUCCION A CONCEPTOS BASICOS

Tema 1

CONCEPTOS BASICOS

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Diferenciar entre los conceptos: interpretación ambiental, educación ambiental e información ambiental.
2. Explicar la importancia de estas actividades en relación a la conservación.
3. Enumerar ejemplos que resaltan la importancia de la interpretación para el manejo de un AP.

REFERENCIAS:

Morales, 1992; Sharpe, 1982. Tilden, 1967, Cuerpo de Paz de los Estados Unidos, 1977, Grater, R. 1976, Moore A. 1985.

PRESENTACION:

- 1.1 De acuerdo con el diccionario el significado de las palabras que nos ocupan es el siguiente:

INFORMAR: Enterar, dar noticia de una cosa.

INTERPRETAR: Explicar o declarar el sentido de una cosa. Traducir de una lengua a otra.

EDUCACION: Acción y efecto de educar.

EDUCAR: Desarrollar y/o perfeccionar las facultades intelectuales y morales por medio de preceptos, ejercicios, ejemplos, etc.

Discuta con los participantes estos significados y diríjalos hacia el concepto en el que son usados en el ambiente de la conservación y AP.

- 1.2 En general, en las AP se llevan a cabo, en mayor o menor grado, los tres tipos de actividades.
- 1.3 Información es requerida constantemente por los visitantes desde muchos puntos de vista. ¿Dónde están los animales? ¿Dónde está el baño? ¿Hay áreas para acampar? etc. Las personas que trabajan en el AP deben estar siempre preparadas para proveer la información necesaria. Para que la información sea más efectiva, se debe esperar a que el visitante haga la pregunta y/o requiera la información.

INTERP. C1-2

- 1.4 Interpretación: A primera vista, el sentido en que se usa esta palabra en el ámbito de la conservación y las AP no tiene mucha relación con el significado dado en el diccionario. Sin embargo, una de las varias definiciones que existen es "Traducir el lenguaje de la naturaleza al lenguaje del ser humano." Tilden (1977) sugiere una definición, "Interpretación es una actividad educacional cuyo propósito es el de revelar el significado y las relaciones, a través del uso de objetos originales, con experiencias de primera mano y de manera ilustrativa, en vez de simplemente comunicar información de hechos". Señala que la definición no es lo más importante y da una idea de los conceptos básicos de interpretación para poner a pensar al Guardarecurso, (ver Apunte C1b).
- 1.5 Como subcomponente de la información y la interpretación se puede considerar la **extensión**. Por extensión, se quiere decir la orientación de pobladores adyacentes, o dentro de un AP, respecto a mejores formas de realizar actividades agrícolas, artesanales, forestales y otras, especialmente aquellas que influyen sobre el territorio del AP. La extensión es una actividad que tradicionalmente no ha sido competencia de personal de AP. Sin embargo, recientemente se ha visto la necesidad de aumentar este tipo de actividad frente a las presiones que aumentan a diario sobre las AP, y la ausencia de otras agencias que lo hicieran. Las técnicas y métodos de interpretación deben jugar un papel importante en la extensión, a fin de que la información/mensajes que se desean transmitir al campesino tengan la mayor efectividad e impacto posible.
- 1.6 Los siguientes elementos caracterizan la interpretación ambiental:
- es una actividad del visitante que es voluntaria y educativa;
 - la interpretación revela información a través de objetos y experiencias en el campo, y medios ilustrativos;
 - el propósito de la interpretación no es instruir sino provocar; no es un ejercicio de enseñar hechos y datos, sino de estimular ideas;
 - es una oportunidad para compartir nuestro conocimiento de la naturaleza, para cambiar actitudes, y para pedir para la conservación apoyo de un público receptivo;
 - es un puente que conecta el visitante con el área protegida y con los que manejan el área;
 - es un arte y una ciencia a la vez; existen técnicas comprobadas para ejecutar un buen programa de interpretación; sin embargo, para poder lograr optimamente las metas del programa, un intérprete requerirá de una buena dosis de creatividad (ver C12).
- 1.7 Educación Ambiental: En el ámbito de la conservación y AP se le define, en general, como un **proceso** dirigido **a largo plazo** a todos los niveles y que, a través de diferentes medios, pretende lograr la toma de conciencia, el desarrollo de valores, de actitudes y de técnicas, con el fin de contribuir a la solución de los problemas ambientales. Implica

siempre un **cambio en la actitud** y, eventualmente, de los hábitos de las personas. La Interpretación es una de las varias actividades comprendidas en un proceso comprensivo de EA. Es común que personal de un AP diga: "Voy a hacer educación ambiental", cuando en realidad lo que va a hacer es dictar una charla en la escuela local. ¿Es, o no es, esto educación ambiental? Quizás vale la pena distinguir entre **educación ambiental formal**, lo que corresponde a la definición antes señalada, y la **educación ambiental informal**, dentro de la cual entraría la interpretación, charlas en las escuelas y otras actividades que tengan una proyección de largo alcance en su planificación.

- 2.1 "El no contar con un programa de interpretación dentro de un parque es como invitar a alguien a nuestra casa, abrir la puerta y luego desaparecer" (Sharpe, 1982).

Debe quedar claro que el papel de la interpretación ambiental en un AP dependerá de su categoría de manejo. En algunas áreas, como los parques nacionales, donde la visita pública y la educación son objetivos importantes, la interpretación tiene una prioridad fundamental. En otras, como las reservas científicas, su prioridad no será tan importante.

Una de las funciones de la interpretación en un AP, será la de transmitir al visitante la idea del porqué existe esa AP. Pida a los participantes que expongan una actividad interpretativa que se lleve a cabo en su AP.

Hasta ahora hemos venido hablando de la interpretación como una actividad que es dirigida exclusivamente hacia los recursos naturales. Casi todas las AP cuentan con **recursos culturales** que también son muy importantes dentro del contexto de manejo, y por lo tanto, de interpretación en las AP. Los recursos culturales rara vez reciben el énfasis que deben tener; sin embargo, desde el punto de vista de la interpretación, los recursos culturales constituyen un elemento sumamente útil para este campo, ya que con un poco de imaginación es fácil construir los vínculos entre las poblaciones humanas que vivían (o viven) en la zona del AP, y los recursos naturales. De esta manera el visitante recibe una visión más completa del AP, especialmente las interrelaciones existentes entre los dos tipos de recursos. (Ver D10)

- 2.2 En el sentido amplio de la educación ambiental, las AP juegan el papel de escenario o lugar de trabajo para lecciones formales y actividades de interpretación para grupos que las visitan periódicamente. La interpretación ambiental representa una actividad puntual orientada a grupos no necesariamente homogéneos, o que vienen estructurados previamente. Su objetivo es agarrar al visitante casual y provocar su interés en el medio ambiente natural/cultural del AP respectiva.
- 2.3 Los programas de educación ambiental e interpretación deben ser desarrollados bajo las directrices de un plan de manejo para el AP de que se trate. En aquellas AP donde el tema es de mucha importancia, se prepara un plan especial para el desarrollo de estas actividades.

Discute un poco sobre los programas de interpretación y educación

ambiental en su país, tocando el tema de la capacitación en este tema.

- 2.4 La información, interpretación y educación ambiental son disciplinas inter-relacionadas cuyo objetivo final es elevar la conciencia del hombre y la sociedad de tal modo que comprendan su posición en relación con la naturaleza provocando el impulso espontáneo de proteger y cuidar los recursos naturales.

Sin embargo, en muchos países la interpretación ambiental es considerada como un servicio para el visitante; en países en desarrollo, es considerada como una estrategia para la comunicación de un mensaje conservacionista, con la finalidad de influir en la conciencia nacional.

- 3.1 Debe explicarse el papel de la interpretación para lograr un manejo óptimo de un AP (ver Apuntes Cla y b). Puede iniciarse la discusión con la presentación de un estudio de caso en el cual se demuestra como la educación del visitante ha influido favorablemente en su comportamiento, y luego en el manejo del área; se puede usar un caso local o el siguiente caso de los EEUU:

- En dos parques de los Estados Unidos, el Parque Nacional Gran Cañón y el Monumento Nacional del Valle de la Muerte, existían problemas serios con los burros ferales, que comían la vegetación nativa y competían con la fauna nativa. En el último caso se inició un programa de interpretación ambiental en el cual se mostró una presentación de diapositivas a los visitantes sobre los daños causados por los burros, y luego se los llevó a conocer algunos lugares destruidos por los burros. En Gran Cañón, no se hizo nada especial para concientizar a los visitantes en este sentido. En ambas áreas se procedió a eliminar a los burros por varios medios, incluso su matanza a través de cazadores con carabinas.

No hubo reacción negativa en la zona de Valle de la Muerte. Le evitó a su administración mucho problema al tener que efectuar un programa de manejo con mucho potencial para escandalizar al público. En Gran Cañón, hubo una reacción muy fuerte del público en contra del programa, y se tuvo que suspenderlo.

- 3.2 Debe desarrollarse el tema de ¿quien es el intérprete? Se puede pensar de los intérpretes de dos formas:
- a. El funcionario profesional, con capacitación en temas relacionados con la interpretación: biología, geología, educación, etc.
 - b. El funcionario - o residente local - con capacidad inata para expresarse sobre los rasgos naturales o culturales de una manera relevante e interesante para el visitante.

Es importante reconocer que se pueden enseñar muchos aspectos de la interpretación ambiental, pero que existen personas con habilidades extraordinarias que no hayan recibido un minuto de capacitación.

- 4.1. Desarrolle brevemente la historia de la IA en las AP. Según Morales (1992), " La disciplina no es del todo nueva, aunque sí el término interpretación. En el año 1919, el Servicio de Parques Nacionales de Estados Unidos comenzó a desarrollar cierto tipo de actividades guiadas para visitantes, en las que se fomentaba el descubrir, cuestionarse ... en otras palabras, el método heurístico aplicado de manera informal.

"Con posterioridad, en los años 20, los programas de interpretación se establecieron tanto en parques estatales como nacionales de los EE.UU, especialmente apoyados por organizaciones conservacionistas y por la Administración. Después de la II Guerra Mundial, la idea y la filosofía de la interpretación se oficializa en cada nuevo parque que se va creando.

"En el campo laboral podemos destacar que la IA es ya una profesión, asumida tanto por guardaparques como por especialistas en planificación, habiéndose escrito un importante número de tesis de grado sobre el tema, y estando establecida como especialidad de posgrado para estudiantes de ciencias biológicas, forestales, de educación o del área de comunicaciones, especialmente en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña.

"En América Latina la disciplina cobró auge en la década de los sesenta, lograndose destacados avances sobre todo en la planificación. Los primeros conocimientos fueron aportados principalmente por funcionarios latinoamericanos que tomaron cursos en América del Norte, o asistieron a seminarios internacionales.

"Una experiencia importante ha sido la desarrollada por el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) de Costa Rica, cuya labor en la capacitación de profesionales en áreas silvestres protegidas ha tenido un buen efecto multiplicador."

ACTIVIDADES

Pida a los participantes que den un ejemplo de alguna situación en que las actividades de información, interpretación y/o educación ambiental de su AP hayan beneficiado directamente a una comunidad y/o recurso natural.

Discuta con los participantes sobre los conceptos e interrelaciones de estas tres disciplinas y su posición dentro del movimiento de conservación.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo A (Orient.): Tema 12

Módulo B (Protecc.): Tema 4

Módulo D (Manejo): Temas 1,7, 8 y 10

Apunte 1a

INTRODUCCION A LA INTERPRETACION AMBIENTAL

(Por Douglas Cuillard, Servicio de
Parques Nacionales de los Estados Unidos)

Metas de la Interpretación Ambiental

El manejo de las áreas protegidas (AP) requiere la utilización hábil y el manejo de recursos y capacidades humanas para poder cumplir con el mandato para el cual se creó la AP en cuestión. La interpretación ambiental (IA) es una de aquellas herramientas, que puede producir beneficios medibles a corto y largo plazo si es introducida inteligentemente dentro del manejo integral de un AP.

La IA lleva a los visitantes y otros a una comprensión y apreciación más profunda de los recursos naturales y culturales del AP y su impacto sobre ellos. En última instancia, esta nueva apreciación conduce a una mejor protección del recurso. Otras metas de la conservación, aún las más controvertidas, pueden ser logradas con la ayuda de la IA. Se ha demostrado en AP en todo el mundo que la implementación efectiva de la IA ha disminuido la necesidad de acciones de manejo más costosas, tales como el reforzamiento pesado de reglamentos y leyes, búsqueda y rescate de personas perdidas, y otros problemas relacionados con la seguridad, y los esfuerzos mayores de mitigación de daños a los recursos.

Definiciones

Se reconoce que las diferentes regiones del mundo utilizan términos distintos para los tópicos bosquejados en este módulo. Para propósitos de este módulo, la Interpretación Ambiental (IA) será el término estándar utilizado. La IA es principalmente un programa específico a un sitio que se dirige hacia los usuarios y aquellas personas quienes directamente o indirectamente tengan influencia sobre una unidad de conservación específica. La educación ambiental, definida para propósitos de este módulo, cuenta con metas más amplias y se dirige principalmente al sistema formal de educación dentro del país. La educación ambiental requiere habilidades adicionales en la teoría de la enseñanza y en desarrollo de curriculum, lo cual va más allá del enfoque de este módulo. Aunque se reconoce que existe algo de traslape conceptual entre estas dos disciplinas distintas, la IA debe jugar un papel importante dentro de la educación ambiental.

El Marco de Planificación

Para que sea efectiva, la IA no puede existir como una función aislada del manejo de un AP. Debe ser incluida dentro de la planificación comprensiva de una unidad de conservación, y del sistema de unidades. Desafortunadamente, en el pasado la planificación de la IA ha sido realizada en aislamiento, lo que ha resultado en la pérdida del apoyo y confianza de la administración. Si la IA no puede ayudar en el logro de los objetivos globales de manejo, es de poca utilidad. De igual manera el proceso de planificación no puede iniciarse hasta que el plan de manejo y desarrollo a largo plazo de la unidad haya sido elaborado. La planificación del manejo provee el marco de referencia el cual determina las metas y temas generales de la interpretación. Los planes de IA refinan aún más este proceso al definir las facilidades, personal, servicios no-personales y medios necesarios.

La Interpretación Ambiental: Un Arte y una Ciencia

El proceso de planificación identifica los temas y situaciones de manejo que deben ser tratados por la IA, y sugiere los medios y métodos para interpretar estas metas. Con recursos limitados, hay que establecer prioridades para maximizar la efectividad. La lista de métodos específicos de interpretación es larga, desde charlas informales, hasta centros de visitantes, senderos naturales auto-guiados y letreros. Existen varios requerimientos para asegurar la calidad en las actividades de interpretación. El personal asignado para las responsabilidades interpretativas debe tener una combinación de inteligencia y habilidades inter-personales para que sean efectivos en su tarea, tales como: biblioteca de referencia, archivos fotográficos, objetos naturales (pieles, cráneos, artefactos arqueológicos, etc.). Deben contar también con una comprensión profunda de su auditorio. Para sumar, la IA es mucho más que un ejercicio mecánico que sigue una receta descriptiva o un panfleto de "como hacer". Los mejores intérpretes tienen una mezcla poco común de la creatividad del artista y la habilidad analítica del científico.

Midiendo la Efectividad

La prueba verdadera de la efectividad de la IA es si ha logrado realizar cambios favorables en las actitudes y comportamiento de los visitantes y otros hacia su medio ambiente y el AP. Por lo tanto, la evaluación de programas de IA debe ser incluida como componente integral de su planificación e implementación. La IA contiene una gran cantidad de elementos subjetivos, pero debe y puede ser planificada para incluir elementos medibles. Este proceso se inicia con la elaboración de objetivos específicos que deben cumplir todos los programas de IA. Si se puede medir un impacto positivo, los jefes de AP pueden con más respaldo designar mayores cantidades de recursos humanos y económicos para la IA, ya que la verían como una parte vital de una estrategia de manejo.

El Futuro

Los métodos tradicionales de IA, enseñados en este Módulo, se han mostrado efectivos en alcanzar metas y objetivos definidos. Sin embargo, es posible que nuevas técnicas puedan mostrarse igualmente efectivas, especialmente en períodos de disminución de recursos económicos. Otra tendencia en la IA es la especialización de métodos y técnicas para alcanzar auditorios específicos tales como los menosválidos y los niños.

En el futuro vamos a ver mejor comunicación entre los intérpretes en el mundo. La Primera Conferencia Mundial de la Interpretación y Presentación del Patrimonio realizado en Banff, Canadá en 1986 hizo un llamado para la creación de una organización internacional de intérpretes ambientales. De realizarse, esto debe conducir a un mayor comportamiento de ideas y experiencias en todo el mundo.

LA IA es un concepto incipiente para la América Latina. Tomará su tiempo hasta que se compruebe su valor como herramienta efectiva en el manejo de las AP. Pero no hay mucho tiempo para los sistemas naturales; informe tras informe indica el número creciente de amenazas para nuestras tierras silvestres. La difusión e implementación de las ideas y conceptos de la IA ayudarán a disminuir estas amenazas. El éxito es imprescindible.

Apunte 1b

DEFINICIONES Y CONCEPTOS CLAVES

Educación Ambiental: Es la actividad de enseñar en forma masiva las relaciones del hombre con su medio ambiente; es una enseñanza intensiva y progresiva, normalmente efectuada por un sistema formal de educación; a largo plazo propone cambiar la actitud de grandes sectores de la población hacia el reconocimiento del valor que tienen los procesos ecológicos en la definición de la calidad de la vida humana, y la necesidad de establecer un nivel de desarrollo socio-económico compatible con la existencia perpetúa de dichos procesos.

Interpretación: Es la actividad de traducir el lenguaje de la naturaleza al lenguaje común de los visitantes, a través de técnicas especiales de comunicación. Aprovecha en forma directa de objetos y ambientes naturales y culturales. Debe provocar y estimular al visitante a pensar y llegar a conclusiones referente a su relación con el medio ambiente. Normalmente se realiza en un sitio específico, para mejorar la comprensión del visitante de lo que está observando. En la mayoría de las AP, la interpretación ambiental constituye un componente fundamental en el manejo total del área; es también una herramienta clave en programas de educación ambiental más amplios desarrollados tanto dentro como afuera de las AP.

Orientación: Es la provisión de información o datos sobre cualquier aspecto práctico de un AP: necesidades básicas, facilidades, reglamentos, etc. - con el fin de orientar al visitante u otro interesado. Aunque casi siempre le corresponde al intérprete realizar este trabajo (¿dónde está el baño?), no es legítimamente una labor de interpretación.

METAS DE LA INTERPRETACION AMBIENTAL

En síntesis, lo que se quiere lograr a través de la Interpretación Ambiental es lo siguiente (Morales, 1992; p. 36 y pp. 20-21)

1. Una herramienta para un cambio de actitud.
2. Instrumento de manejo del recurso.
3. Herramienta educativa.
4. Experiencia recreativa/educativa

Las finalidades, en general, se dividen en tres categorías:

1. El fin primero es ayudar a que el visitante desarrolle una profunda conciencia, apreciación y entendimiento del lugar que visita. La interpretación debe hacer que la visita sea una experiencia enriquecedora y agradable.

2. Cumplir fines de manejo, a través de dos vías: Primero, alentar al visitante hacia un adecuado uso del recurso recreativo, destacando la idea de que se trata de un lugar especial, que requiere también de un comportamiento especial. Segundo, se utiliza el poder de atracción de los servicios interpretativos para influir la distribución espacial del público, de tal manera que la presión ocurra donde el área pueda soportarla.

3. Promover una comprensión pública de los fines y actividades de un organismo. Cada entidad, sea pública o privada, tiene un mensaje que transmitir; una interpretación bien concebida debe promover ese mensaje, de tal forma que la

INTERP. C1b-2

imagen de la agencia que la proporciona corresponda con sus finalidades e intereses.

Otros posibles objetivos de la IA:

1. Obtener beneficios económicos por los servicios prestados.
2. Respalda el desarrollo de alguna acción ambiental y obtener apoyo para una actividad o gestión particular.
3. Proporcionar al usuario una base para una acción de reforma con respecto al medio ambiente.
4. Incrementar la comprensión y apreciación hacia el ambiente, conducente a un respeto y conciencia de la necesidad de su conservación.
5. Facilitar el manejo o gestión de un área o recurso específico, al influir en los patrones de circulación del público a través del área,
6. Incrementar el disfrute del visitante, entendiéndose que una comprensión sobre el lugar aumenta el placer derivado de la visita misma.

PRINCIPIOS DE LA INTERPRETACION SEGUN TILDEN

1. Cualquier interpretación que no se relacione con la personalidad o la experiencia del visitante será totalmente estéril.
2. La información como tal no es interpretación. La interpretación es una revelación basada en la información, pero ambas son cosas totalmente diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información.
3. La interpretación es un arte que combina otras artes, ya sean científicas, históricas, arquitectónicas. Se puede enseñar cualquier arte hasta cierto punto.
4. El objetivo fundamental de la interpretación no es la instrucción sino la motivación.
5. La interpretación debe tratar de presentar todo un conjunto y no una de sus partes, y debe dirigir su mensaje a la totalidad de la persona y no sólo a una de sus facetas.
6. La interpretación que se hace para los niños no debe ser sólo una presentación simplificada de lo que se prepara para los adultos, sino que deberá seguir un enfoque fundamentalmente diferente.

Apunte 1c

INTERPRETANDO NUESTRA HERENCIA

(Resumen de Tilden, Freeman (1977). Interpreting our Heritage, por Ma. Isabel Castillo.)

El libro se ha y se sigue utilizando como la referencia principal en asuntos relacionados con la interpretación. Consta de quince capítulos divididos en dos partes. En la primera parte da bases filosóficas para la interpretación (I al VII) y en la segunda analiza elementos y/o herramientas para el intérprete.

PARTE I

Capítulo I: Describe cómo el uso de la palabra Interpretación en el ambiente de las AP no tiene el mismo sentido que se le da en el diccionario.

Da una definición para añadirla al diccionario y es la siguiente: "Interpretación es una actividad educacional cuyo propósito es el de revelar el significado y las interrelaciones a través del uso de objetos originales, con experiencias de primera mano y de manera ilustrativa, en vez de simplemente comunicar información sobre hechos". Y ofrece dos conceptos de Interpretación para el intérprete. Uno, para meditar en privado "Interpretación es la revelación de una verdad más grande que se encuentra detrás de cualquier afirmación o hecho" y el otro, en relación a su contacto con el público: "La interpretación debe capitalizar la simple curiosidad para el enriquecimiento de la mente y el espíritu del ser humano".

Después, con la intención de dar una primera base filosófica a la Interpretación, sugiere seis principios básicos mediante los cuales, los esfuerzos de la interpretación tendrán la dirección correcta.

En los siguientes seis capítulos elabora sobre cada uno de los seis principios que propone.

Capítulo II: Cualquier interpretación que no relacione de alguna manera, lo que se está mostrando ó describiendo con algo que esté dentro de la personalidad ó experiencia del visitante, será un esfuerzo estéril.

Capítulo III: La información como tal, no es Interpretación. La Interpretación es una revelación basada en la información pero, son dos cosas totalmente diferentes. Sin embargo, toda interpretación está basada en información.

Capítulo IV: "La Interpretación es un arte, que combina muchas actividades artísticas, dependiendo de si, los materiales presentados son de tipo científico, histórico ó arquitectónico. Cualquier arte se puede enseñar hasta un cierto punto".

Capítulo V: "La meta principal de la Interpretación **no** es la instrucción, sino la motivación".

Capítulo VI: "La interpretación debe dirigirse hacia la presentación del todo, más que de las partes y debe dirigirse hacia el ser humano completo más que a cualquiera de sus facetas". Cuando habla del todo se refiere al hecho de que es mejor que el visitante salga del AP con una o dos ideas bien claras, que con una masa de información que no le permite entender el porqué del AP o de cualquier otra actividad. Cuando habla del hombre completo se refiere a que la comprensión es solo una parte del ser humano y que hay otras partes que deben ser consideradas como su espíritu religioso natural, su atracción hacia una historieta, sus deseos de continuidad, sus emociones sus placeres físicos, etc.

Capítulo VII: La interpretación dirigida hacia los niños (hasta la edad de 12 años, aproximadamente) no debe ser una dilución de la presentación para los adultos sino que debe tener un enfoque fundamentalmente diferente. En el mejor de los casos requerirá de un programa separado.

PARTE II

En esta parte del libro analiza ocho aspectos y/o herramientas importantes para una buena interpretación.

Capítulo VIII: La palabra escrita: menciona el pensamiento, composición y humor con el que se pueden escribir leyendas o letreros que transmitan el mensaje que se quiere hacer entender al visitante. Sugiere la siguiente inscripción para un hotel elegante ubicado en una zona desértica.

"El desierto es un padre muy estricto que se guía más por justicia que por piedad. A través de varias generaciones de supervivencia, las plantas a tu alrededor han encontrado la manera de protegerse de la muerte por sed y calor. Veas cómo lo han logrado. Tu, también debes aprender de la sabiduría del desierto si quieres encontrarte a salvo en él".

Capítulo IX: El pasado en el presente se refiere principalmente a las AP con zonas prehistóricas y/o históricas y habla de la demostración, participación y animación en la interpretación de estas áreas.

Capítulo X: "Nada en exceso", lo inicia con una cita de Blaise Pascal:

"Mucho ruido ensordece, mucha luz nos deslumbra, mucha lejanía o mucha cercanía entorpece la visión, un discurso muy largo o muy corto se oscurece y demasiada verdad nos ataranta".

Capítulo XI: El Misterio de la Belleza: dice que cuando el intérprete está trabajando con valores estéticos, haría bien limitándose a:

- a) crear los mejores puntos posibles desde donde la belleza puede ser vista y apreciada
- b) hacer todo lo que discretamente se puede hacer para establecer una "atmósfera" adecuada.

Capítulo XII: El ingrediente invaluable. Habla del amor como un elemento

básico para una buena interpretación, cita un pasaje de Sócrates.

"El amor es algo más que el deseo de belleza, es el instinto de inmortalidad en una criatura mortal aquel que tiene el instinto del amor verdadero y puede discernir las relaciones de la verdadera belleza en cada forma irá, de fuerza, en fuerza hasta que al final le sea revelada la visión de una sola ciencia y de repente, percibirá una naturaleza de belleza maravillosa no como una forma o rostro humano sino absoluta, simple, separada y duradera"

Capítulo XIII: De las Herramientas. Expresa su opinión sobre el uso de instrumentos (cámaras, transparencias, grabaciones, películas, etc.) en la interpretación en los siguientes seis puntos:

1. No hay ningún instrumento más deseable para la interpretación que el contacto directo con la persona.
2. Un buen instrumento es mejor que nada de contacto.
3. Un buen resultado con algún instrumento es mejor que una presentación "pobre" dada por un individuo inepto.
4. Una interpretación pobre por cualquier máquina es peor que una presentación pobre por un individuo.
5. Una interpretación pobre por medio de algún medio mecánico no es necesariamente mejor que nada, es más, puede ser peor que nada, es como añadir un insulto al daño.
6. Ninguna institución debe instalar aparatos mecánicos hasta que sepa que van a estar adecuadamente mantenidos. No importa cuál buenos o efectivos sean cuando están funcionando, cuando dejan de funcionar aunque sea brevemente, son una fuente de vergüenza y malos ratos además de ser una imposición hacia la gente.

Capítulo XIV: El feliz aficionado. Analiza el hecho de que el ser humano moderno dispone cada vez más de tiempo libre y que hasta el momento no se le ha dado dirección para su uso. Piensa que las AP (parques locales y nacionales, culturales, etc.) y los museos son una buena alternativa para el buen uso del tiempo libre. Piensa que es por eso que el intérprete se enfrenta a un reto, ¿Qué hacer?, ¿Qué decir?, ¿Cómo señalar el camino?, ¿Cómo conectar la vida misma del visitante con algo, aunque sea una, de entre todas las cosas? ¿Cómo hacer que brote, aún del visitante más desorientado, el pensamiento "Creo que esto es algo que me puede interesar"?

Capítulo XV: Visión de Belleza. En este capítulo habla de la naturaleza y de cómo el hombre piensa que la belleza se ha creado para su gozo. En una forma imaginativa pretende una conversación entre **el hombre con la naturaleza** y dice que después de que **la naturaleza** ha escuchado pacientemente todo lo que el **hombre** le tiene que decir sobre belleza, **la naturaleza** tal vez conteste de la siguiente manera:

INTERP. C2-4

"Ya veo la fuente de tu error. Tu conocimiento es todavía muy limitado. Tú crees que yo tengo un Departamento de Belleza, que la belleza es una de mis actividades. Realmente yo no **pretendo** belleza. Yo **soy** belleza. Y yo soy belleza y muchas otras cosas como las que tú tratas de expresar con tus abstracciones como Orden, Armonía, Verdad, Amor. Lo que tu ves en mis manifestaciones escénicas es sólo una forma detrás de la cual descansa una Belleza Absoluta de la que yo misma soy una parte expresiva. No lo entiendes? Naturalmente es difícil pero estás tratando: Eso me gusta de tí, pequeño ser humano".

Es un libro muy citado en cualquier actividad de interpretación. Su estilo de escribir es fácil de entender. Altamente recomendable no sólo para el intérprete, sino para cualquier persona interesada en la conservación de los recursos.

Tema 2

METODOS Y TECNICAS DE INTERPRETACION

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Hacer una lista de los medios comunes utilizados en la interpretación ambiental.
2. Describir las circunstancias generales bajo las cuales se emplean los varios medios de interpretación.
3. Enumerar las varias herramientas básicas que utiliza un buen intérprete.
4. Describir el contexto cultural que debe orientar su actuación como intérprete.

REFERENCIAS:

Morales, 1992; Ham, 1992; Sharpe, 1982, Capítulo 5; U.S. Peace Corps, 1977; Moore, 1985, Capítulo 8; "PARQUES", Vol. 4, no. 3; Vol. 5, no. 3; Vol. 3, no. 2.

PRESENTACION:

- 1.1 Pedir a los participantes que digan los métodos de interpretación que ellos conocen, hasta llegar a tener una lista completa. Al terminar una lista relativamente completa, introduzca el concepto de la interpretación personalizada y no-personalizada, dividiendo los métodos en estas dos categorías:

- el contacto personal a través de personal que proporciona información (entrada, centro de visitantes), actividades conducidas (caminatas guiadas, giras en autobus u otro transporte) y charlas.
- el contacto impersonal a través de publicaciones, letreros y exhibiciones, programas audio-visuales, y senderos autoguiados.

Comenzar por los métodos personales, y luego pasar a los métodos impersonales o indirectos.

No olvide mencionar los métodos no tan tradicionales, que se usan con grupos con poca educación, niños y otros grupos especiales:

- títeres
- teatro
- cuentos (con mensaje)

- 1.2 Discutir las ventajas y desventajas de cada método interpretativo. Presentar casos hipotéticos de situaciones en AP's en que se piensa usar la interpretación ambiental, y pedir que los participantes digan

cual medio resultaría más efectivo. Debería considerarse los casos especiales, como son ciertos grupos sin mayor experiencia con la civilización moderna, que no van a percibir los medios de comunicación de la misma forma que la mayoría de la gente. Por ejemplo, existen grupos indígenas que no pueden percibir lo que es representado por un imagen de fotografía. Es un caso extremo, pero resalta la idea de que el intérprete **tiene que conocer bien a su audiencia** para poder seleccionar los mejores medios posibles para transmitir su mensaje.

- 2.1 Es común que se considere que un AP debería contar con un Centro de Visitantes, porque existen en muchos parques nacionales y otras áreas de los Estados Unidos. Sin embargo, hay que asegurar que los participantes piensen bien en las varias opiniones y opciones, tomando en cuenta todos los factores indicados en los Apuntes. Estos centros cumplen una función importante: la orientación del visitante, y a veces, la interpretación. El punto clave es determinar si estas funciones pueden ser cumplidas a través de otros métodos más baratos y/o fáciles de ejecutar. (Ver Apunte C2a.)
- 3.1 Hasta aquí, los participantes deben tener una idea clara de los posibles medios de interpretación. Ahora deben pensar en las "herramientas" que necesitarán para poder usar o ejecutar estos medios al máximo. Usando un ejemplo, e.g. una caminata guiada por un lugar que todos conocen, pedir que los participantes presenten sus ideas sobre cuales herramientas o ayudas serían útiles para ayudar a mejorar su presentación verbal.

Por herramientas, se está pensando en varias cosas:

- una buena biblioteca, que contiene toda la literatura disponible sobre la AP, y los recursos que tenga.
- una buena colección de diapositivas (ver C8).
- objetos originales, tales como huesos, plantas de herbario, animales disecados, rocas, artefactos históricos y arqueológicos, etc. que son muy valiosas para demostrar algún punto de una charla, o para usar en exhibiciones. Por lo tanto es necesario que cada AP inicie una colección de objetos útiles en programas de interpretación. Esto requerirá algo de técnica, y algunas normas; por ejemplo, ¿cuantos ejemplares de una especie son suficientes?, ¿como hacer en el caso de especies en peligro de extinción? (usar animales decomisados o muertos por causas naturales o accidentales). En el caso de objetos raros o valiosos, se puede pensar en el uso de réplicas o imitaciones del objeto original.
- objetos vivos; el uso de animales o plantas vivas es problemático, pero muy útil cuando sea posible; su uso requiere su mantenimiento en cautiverio para un período determinado, y no deben ser animales que pueden constituir un peligro para el

visitante.

- personas del lugar, quienes muchas veces tienen una riqueza de información que compartir, y un estilo de presentación que se adapta muy bien a la interpretación.
- otros objetos no naturales que se pueden usar para demostrar algún punto o concepto son: brújulas, binoculares, telescopio, equipo para demostrar la acidez de agua, lupas, termómetros, y fotografías. Hay una infinidad de estos objetos, y el intérprete tendría que usar su imaginación para decidir cual sería lo más apropiado para ilustrar un punto específico.
- equipos audiovisuales: cámara fotográfica, proyector de diapositivas, proyector de cine.

3.2 El Plan de Manejo y/o Plan de Educación Ambiental determinarán los métodos y técnicas de interpretación a usarse en un AP. Los planificadores usarán muchos criterios para juzgar cual método o técnica es más apropiado en una situación específica. En el tema 3, veremos los criterios usados para la selección de métodos.

4.1 Hay que discutir el contexto cultural en que trabaja el intérprete, contexto que orienta casi todo lo que hace el intérprete, desde la selección de métodos hasta su selección de palabras para una charla. En primera instancia, el intérprete tiene que mirarse en el espejo en reconocer que él pertenece a una cultura determinada, que tiene todo un conjunto de prejuicios, tipos de comportamiento, formas particulares de pensar y, a veces, un idioma, que lo diferencia de otras culturas. Luego de considerar y calificar su propio contexto cultural, tiene que identificar las características de los grupos con los cuales estará en contacto durante su trabajo interpretativo, y diseñar su actuación conforme a esa realidad.

ACTIVIDADES:

1. Mostrar diapositivas de los varios métodos de interpretación, en lo posible mostrando diferentes ejemplos para el mismo método a fin de que los participantes vean que existe una amplia gama de estilos, diseños, y modelos a usar para un solo método.

2. Pedir que los participantes digan cuales herramientas podrían utilizar en sus AP en el desarrollo de programas de interpretación.

3. Pedir que los participantes se dividan en grupos de 3 o 4, y que traten de definir las características principales de su propia cultura; después, deben determinar como estas características influyen, o deben influir, en el tipo de interpretación que se realiza en las AP de su país.

TEMAS RELACIONADOS:

INTERP. C2-8

Módulo A (Orient.): Tema 12

Módulo B (Protecc.): Tema 4

Apunte 2a

LOS CENTROS DE VISITANTES EN LAS AREAS PROTEGIDAS:**CONSIDERACIONES**

Los centros de visitantes en las AP pueden tener un estado de desarrollo muy variable, desde cero hasta edificios grandes con muchas funciones. Su estado de desarrollo dependerá de muchos factores, comenzando por:

- Categoría de manejo del área, la cual determina la importancia de la visita pública en el área;
- La cantidad de visitas que se espera en el área, y su periodicidad.
- Personal y fondos disponibles; no vale construir un centro de visitantes u otro edificio, si no existen los fondos para mantenerlo.
- La función del centro. Puede consistir simplemente en la orientación del visitante, función que bien podría ser realizada a través de publicaciones y letreros, y un guarda uniformado para contestar preguntas; o puede ser también la interpretación ambiental, la cuál involucraría exhibiciones, películas, etc. A veces incluye oficinas; y ocasionalmente el centro constituye un refugio del clima, donde el visitante puede informarse y observar algún paisaje u otro aspecto del área bajo condiciones más cómodas.

En resumen, un centro de visitantes puede manifestarse a través de un simple kiosko; o al otro extremo, un edificio con auditorio, sala de exhibiciones, oficinas, etc., dependiendo de los objetivos que se quiere lograr con ello. Lo importante es que el centro no se convierta en un fin en si mismo, sino que cumpla funciones técnicamente fundamentadas, y que sirva de estímulo al visitante para salir a conocer el AP.

Al planificar un centro, hay varias consideraciones técnicas a tomar en cuenta, que deben ser sujeto al criterio de un buen arquitecto:

- las relaciones espaciales, o sea la relación del edificio con otros elementos vinculados, tales como el estacionamiento, caminos peatonales, caminos vehiculares, etc. También las relaciones espaciales interiores: ¿como se relacionarán las exhibiciones con el auditorio - y los baños? Hay que pensar en el flujo más adecuado de los visitantes, de manera que la misma planificación del edificio los conduzca naturalmente a los lugares deseados en el orden deseado.
- planificación del edificio en función de sus objetivos, no al revés; sin embargo, muchas veces se construye un centro, y luego se toman las decisiones sobre qué funciones va a cumplir, y su organización interior.
- la estética es importante, para cualquier edificio público en un AP, y aún más para el centro de visitantes. No debe sobresalir en su

INTERP. C2a-2

contorno natural, sino parecer como elemento que combina en su forma y color con las características naturales del AP.

- obviamente, hay que pensar bien en los servicios de apoyo que serán necesarios para que el centro sea funcional; ¿serán necesarias energía eléctrica, agua potable, etc.?

Apunte 2b

CLASIFICACION DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS

(Tomado de Morales, 1992)

Generalmente, se clasifica a los medios en "personales" y "no personales", o en "atendidos" y "no atendidos" (Stewart, 1981):

- Personales. Implica una interacción entre el público y una persona que es guía o intérprete.
- No personales. Aquellos servicios que no utilizan personal directamente, sino objetos, artilugios o aparatos.

Sin embargo, Aldridge (com. pers. en 1982) no opina de ese modo, ya que según su criterio, las personas no deben ser consideradas como medio. En todo caso, el intérprete se vale de los medios y, cuando éste no está presente, los medios lo reemplazan. Por no poder ofrecer una alternativa mejor, vamos a continuar con el esquema anterior, resumiendo y adaptando los sistemas de Stewart (1981) y Pennyfather (1975) por separado, dado que ambos son útiles aunque sustancialmente diferentes.

Clasificación de Stewart**Medios no personales**

Es muy delicado emitir una valoración acerca de la efectividad o pertinencia de los medios no personales en IA, si queremos ser consecuentes con los enunciados filosóficos de la disciplina. Garay (1980) opina que los servicios no atendidos por el personal contribuyen a aumentar la capacidad de interpretación de un espacio natural; pero con respecto a esta aseveración se corre el riesgo de caer en la espectacularidad o, en el peor de los casos, en la mediocridad, enmascarando el mensaje y las intenciones para las que dichos medios se han diseñado.

1. Señales y Marcas

Proporcionan dirección, información o interpretación, y generalmente se encuentran fijas y permanentes.

- Ventajas:
 - Dan información concisa y clara
 - Son fáciles de construir
 - Tienen un bajo costo de mantenimiento

INTERP. C2b-2

- Desventajas:

- Son estáticas; no evocativas
- No dan detalles

◦No se adaptan a los distintos niveles de comprensión del público

- Son objeto de vandalismo
- Pueden ser muy intrusivas en el entorno

2. **Publicaciones**

Información impresa; libros, folletos, guías, mapas, carteles.

- Ventajas:

- Costo razonable por unidad
- Pueden llevarse de recuerdo
- Se pueden leer cuando se desea
- Pueden ser utilizados por otros usuarios
- Dan información detallada

- Desventajas:

- No implican un contacto directo con el personal
- No responden a dudas
- Pueden convertirse en basura
- No se adaptan a los cambios en el recurso

3. **Medios de comunicación de masas:** radio, televisión, prensa (revistas y diarios)

- Ventajas:

- Cubren una amplia y variada audiencia
- Pueden estimular a visitar un lugar
- Pueden anunciar eventos especiales
- La información puede ser simple o compleja

- Desventajas:

- De producción costosa
- Se les asocia a venta de producto

4. **Senderos autoguiados**

Aunque son considerados como medios, precisan de otros para llevarse a cabo. Se utilizan folletos, señales, paneles o grabaciones magnetofónicas, a través de un recorrido preestablecido.

- Ventajas:
 - Se realizan al propio ritmo del visitante
 - Canalizan o concentran el uso del espacio
 - Pueden estimular el uso de los sentidos
 - Implican una participación; aptos para grupos familiares
- Desventajas:
 - Son impersonales, no responden a dudas
 - Susceptibles al vandalismo
 - Difíciles de mantener y controlar

5. **Audiovisuales automáticos**

Incluyen películas, programas de diapositivas automáticas, postes de escucha, cintas grabadas transportables y todas las presentaciones audiovisuales no atendidas por personal.

- Ventajas:
 - Pueden proporcionar información de alta calidad
 - Pueden crear una atmósfera especial, lo que implica mayor receptividad.
 - Pueden dar una información vicaria a la experiencia de primera mano.
- Desventajas:
 - Son generalmente caros
 - Requieren una fuente de energía
 - Carecen del contacto personal; no responden a dudas
 - Requieren un control permanente

6. **Exhibiciones**

Objetos o colecciones de cosas puestas a la vista, generalmente ilustrando o explicando parcialmente un tema. Se utilizan tanto en interiores como en exteriores.

- Ventajas:
 - El visitante las va viendo a su ritmo
 - Se pueden construir de forma transportable
 - Costo de mantenimiento relativamente bajo
- Desventajas:
 - No representan una experiencia de primera mano con el recurso
 - Son estáticas; limitan el uso de los sentidos
 - No pueden contener una historia completa
 - En exteriores pueden ser intrusivas en el entorno
 - No responden a dudas

7. **Exposición (del inglés "display")**

Presentación tridimensional que combina exhibiciones con medios gráficos y que como unidad puede contener un tema completo.

- Ventajas:

- Se visita al ritmo del público
- Después de su instalación puede tener un costo de mantenimiento relativamente bajo
- Medio ideal para gente que no dispone de tiempo para visitar toda un área
- Puede implicar una participación
- Puede tener partes móviles

- Desventajas:

- No responde a dudas
- Precisa protección contra la intemperie
- Necesita generalmente una fuente de energía o iluminación especial
- No es transportable

B. Medios Personales

a) Tours

1. Paseos guiados

Conducidos por un guía o intérprete; siguen una ruta preestablecida por quienes organizan la actividad, aunque el tema y el método de presentación puede variar.

- Ventajas:

- Contacto personal con un intérprete
- Experiencia de primera mano con el recurso; posibilidad de usar los sentidos
- Se pueden responder preguntas
- Se adaptan al nivel de la concurrencia
- Permite un control directo del uso del recurso por el público

- Desventajas:

- Caro, a menos que sea atendido por voluntarios
- La efectividad dependerá de la capacidad del guía
- El visitante no puede ir a su propio ritmo

2. Tours en vehículos motorizados

Recorridos en vehículo, organizados según un calendario, horario e itinerario.

- Ventajas:

- Posibilidad de visitar un área extensa en poco tiempo
- Pueden acomodar grupos grandes de visitas
- Permiten a los peatones llegar a sitios a veces no accesibles a lugares restringidos
- Depende muy poco de las condiciones climáticas
- Desventajas:
 - Dependen en gran medida de la efectividad del intérprete
 - No permiten una observación muy cercana a los rasgos interpretativos
 - El intérprete puede no existir y el conductor puede no tener vocación de comunicador
 - Limitantes de ruta y tiempo
 - Costo relativamente alto y delicado mantenimiento

3. **Tours en vehículos no motorizados**

Grupos de ciclistas o jinetes, visitantes en canoas, botes a remo, etc.

- Ventajas:
 - Implica la aplicación de una habilidad
 - Permite utilizar los sentidos
 - Contacto con un intérprete
 - Permite controlar el uso de la zona
- Desventajas:
 - Limitantes de ruta y tiempo
 - No adaptable a cualquier grupo
 - Depende de las condiciones climáticas
 - Requiere especiales medidas de seguridad

b) **Audiovisuales Atendidos por Personal**

Presentaciones en las que el intérprete puede estar presente para explicar o atender preguntas, o en las que él utiliza un medio audiovisual para su propia presentación: Charlas con películas cortas, con diapositivas o retroproyector, rotafolios y uso de amplificador de sonidos.

- Ventajas:
 - Son transportables
 - Cubren grupos grandes
 - Al estar presente el intérprete puede haber un flujo bidireccional en la comunicación
 - Las ilustraciones y proyecciones pueden añadir un mayor impacto a la charla
- Desventajas:

INTERP. C2b-6

- Inapropiado para niños pequeños
- Necesidad de fuente de energía
- Un relativo alto costo de mantenimiento de equipos
- Requiere salas o anfiteatros adecuados
- La efectividad depende de la habilidad del intérprete

c) Personal Especializado

1. **Demostraciones** generalmente desarrolladas por profesionales ajenos al personal de plantilla, que están especializados en alguna de las actividades que involucran habilidades como confección de artesanía, fabricación de instrumentos, manufacturas, etc.

- Ventajas

- El visitante puede constatar de forma directa la realización de la actividad
- Se pueden usar los sentidos
- Estimula la protección y fomento de ciertas actividades tradicionales

- Desventajas:

- Puede ser caro, dependiendo de la actividad
- Ciertos profesionales deben ser retribuidos
- La persona puede ser muy hábil, pero carecer de aptitudes para la comunicación
- No es adecuado para grupos numerosos de visitantes

2. **Desarrollo de actividades**

Implica ejercitación de la habilidad por parte del público. Ejemplos son el montar a caballo, escalar, la fotografía y cualquier otra actividad que lo involucre en una participación activa.

- Ventajas:

- Contacto directo con personal capacitado
- Estimula el desarrollo de nuevas habilidades
- Con la participación se obtendrá una experiencia más memorable del sitio.

- Desventajas:

- Limitado a grupos pequeños
- Necesidad de equipos e instrumentos
- Necesidad de buenos instructores en los temas

3. **Conferencias**

Generalmente, se utiliza a un experto ajeno al personal de plantilla, quien comenta o narra, en diversos estilos, sus experiencias, o traduce sus conocimientos a un lenguaje comprensible para el público.

- Ventajas:

- Se cubren aspectos en los que los intérpretes no están capacitados
- Puede abarcar grupos grandes
- Ante un "experto", la audiencia se hace más receptiva.

- Desventajas:

- Necesita salas adecuadas
- Precisa amplificación de sonido
- El experto puede no ser un buen comunicador

d) Animación

1. Animación Pasiva

El intérprete "interpreta" en forma teatral una actividad cotidiana, generalmente costumbrista, vistiendo como el personaje que representa. Se trata de revivir hechos y costumbres tradicionales, sin contar con la participación del público. Un ejemplo de esto es "Homo urbanus" en una jaula de zoo.

- Ventajas:

- Ayuda a tomar conciencia y apreciar alguna función tradicional o histórica
- Crea un clima de realismo, lo cual es más memorable para la visita
- Se puede entregar un mensaje complejo

- Desventajas

- Reconstruir escenarios y objetos antiguos suele ser costoso
- Los animadores pueden no llegar a conquistar el interés del público

2. Animación activa

Se refiere a los programas interpretativos con participación del público, en los que éste debe utilizar conocimientos previos o adquiridos durante la visita al área. Son las simulaciones, los juegos ambientales, las representaciones teatrales o la utilización de instrumentos con un fin más recreativo que el de adquisición de habilidades.

- Ventajas:

- Aprender haciendo, es más efectivo
- Permite el encuentro con un intérprete que puede aclarar conceptos
- Es provocativa

INTERP. C2b-8

- Estimula a explorar nuevas facetas individuales
- Desventajas
- El éxito depende en gran medida de la reacción de la gente
- Sólo es aplicable a grupos reducidos
- Requiere más tiempo y personal

e) Servicios Casuales

Incluyen, en general, tres tipos de servicios: información, recepción y asistencia espontánea (en cualquier lugar y situación). Aunque no directamente relacionados con la IA, estos servicios pueden cumplir una función de relaciones públicas que va más allá de la entrega de la simple información sobre lavabos, horarios, etc. Todo contacto entre el visitante y el personal está relacionado con una imagen del parque o área para el primero y una oportunidad de fortalecer la imagen para el segundo.

- Ventajas:
 - La buena orientación hace que la visita sea grata y edificante
 - La interacción entre visitantes y personal puede ser relajada y amena
 - La asistencia espontánea puede ser útil a quienes no gusten de los grupos organizados
- Desventajas:
 - Todo puede resultar contraproducente, si el personal no tiene una adecuada preparación y vocación
 - La gente puede no ser receptiva a una atención espontánea
 - Una información imprecisa puede afectar negativamente a toda la visita

En la Figura No. 1 se resume este sistema, utilizado por Lillian Stewart.

Clasificación de Pennyfather

A continuación entregamos, a título ilustrativo, un segundo sistema de clasificación realizado por Keith Pennyfather (1975) para la Countryside Commission de Inglaterra. Este no sigue en forma estricta un esquema de "medios personales" y "medios no personales", aunque sí toma en cuenta al personal como factor importante entre los medios interpretativos. Los apartados principales son:

- Servicios de Personal
- Medios Participativos
- Medios de Exhibición en Vivo
- Medios de Exhibición Estáticos
- Artilugios

A. Servicios de Personal

- Servicios generales de guardas (o guardaparques)
Guardas u otras personas con conocimientos acerca del área. Ellos dan información general y consejos al visitante.
- Senderos guiados
Sendas o itinerarios en los que el usuario es guiado por un intérprete que brinda explicaciones verbales y estimula la participación.
- Itinerarios en interiores
Tours en edificios u otras instalaciones cubiertas, en las que el intérprete da explicaciones en el sitio.
- Demostraciones "in Situ"
Demostraciones de actividades u operaciones por expertos; el visitante no participa.
- Charlas en fogatas de "campings"
Charlas impartidas por un intérprete sobre un tema cualquiera; se realiza al anochecer y proporciona un clima de gran receptividad.
- Charlas y conferencias
Impartidas por intérpretes o expertos, normalmente en interiores.
- Comentarios sobre presentaciones visuales
Comentarios sobre escenas mostradas a través de otro medio, los realiza el intérprete en persona.
- Demostraciones fuera del sitio
Actividades u operaciones demostrativas realizadas por un experto. Implica el uso de objetos o instrumentos fuera de contexto natural. El público no participa.
- Guías o intérpretes vestidos de época
Interpretación de estilos de vida del pasado. Los intérpretes, ataviados conforme a la época, añaden realismo a su char-la ante el público.
- Representaciones del pasado
Actuaciones representando eventos históricos. También son llamados "museos vivos".

INTERP. C2b-10

Ver figura 1 para Apunte C2b en anexos gráficos.

Apunte 2c

PARA EL CASO DE LOS NIÑOS

(Tomado de Morales, 1992)

Machlis y Field (1974) centran esta problemática en los motivadores de cada grupo de edad: Los programas interpretativos para niños necesitan explotar aquellas características que actúan como motivadores, y cada edad tiene sus propias características, por lo que no se debe hacer un programa en general para niños, sino que hay que considerar separadamente a los más pequeños, los escolares, los preadolescentes, etc. Los autores antes citados establecen la siguiente clasificación:

Etapa Preescolar (2-5 años)

Utilizan principalmente el sentido del tacto, por lo que las actividades interpretativas (excursiones o exhibiciones) deberán permitir las respuestas táctiles, motivadores importantes en este período.

Los procesos cognocitivos están recién madurando para realizar asociaciones de causa y efecto, por lo que la interpretación de relaciones simples puede ser muy motivadora.

El tiempo de atención o mantención del interés es corto, por lo cual los programas deberán estar diseñados en pequeñas unidades secuenciales.

Etapa Escolar (5-9 años)

Cognocitivamente, las comparaciones son una forma primaria para analizar información, por tanto las comparaciones y analogías pueden hacer que los datos cobren relevancia en este período etéreo.

Preadolescente (9-12 años)

Hay gran propensión a lograr habilidades y dominio de cosas más de que ideas; un buen programa debería incluir la manipulación de objetos, tales como las materias primas para confeccionar artesanías o los ingredientes para una comida, siempre que se pueda ver el producto final.

Etapa de Adolescencia

Existe un deseo de libertad intelectual y de formación auténtica, con la posibilidad de tomar decisiones independientes. Un programa interpretativo para adolescentes debe permitir o facilitar el autodescubrimiento y evitar una excesiva supervisión por adultos o reglas fijas.

En cualquier caso, es conveniente insistir en que los niños necesitan programas diferentes. Pueden plantearse, como lo han hecho los guardaparques del Parque Nacional Puyehue en Chile, unos programas de títeres utilizando personajes y temas del parque; o bien concursos infantiles que plantean pequeñas tareas de búsqueda (en los que acaban participando disimulada o

INTERP. C2c-2

entusiastamente los padres). Aunque quizá sea más laborioso, no es difícil.

Apunte 2d

LA INTERPRETACION PARA GRUPOS ESCOLARES

(Tomado y resumido de: National Park Service, USA. 1991.
PROGRAMMING FOR SCHOOL GROUPS: AN INTERPRETER'S GUIDE)

EL SEXTO PRINCIPIO INTERPRETATIVO SEGUN TILDEN

Hace más de 30 años Freeman Tilden estableció mucho del fundamento de nuestra profesión al presentar un juego de principios básicos de interpretación. De mucho interés para los intérpretes y administradores en los años 90 es el tema de la educación y el papel del National Park Service en la provisión de servicios para estudiantes y profesores. Para contestar tales preguntas, volvemos a los escritos de Tilden para dirección e inspiración.

"Se requiere un procedimiento distinto ..."

Compartiendo experiencias y observaciones personales, Tilden reveló muchos aspectos importantes de la interpretación para niños. Aunque él dice claramente que se requiere de un procedimiento distinto, no revela exactamente qué es ese procedimiento. La lista abajo presenta algunos de los elementos especiales de programas modelos, programs que permanecen viables y exitosos hoy en día.

- * los niños interactúan con la naturaleza
- * los estudiantes reciben preparación previa a su llegada al AP
- * la experiencia es de carácter multi-sensorial
- * los niños están listos para los conceptos presentados
- * los programas están relacionados con las experiencias de vida de los niños, y con su ubicación en el tiempo
- * el sentido de compañerismo demostrado por el intérprete es más sobresaliente que la instrucción directa
- * la forma más efectiva para llegar a muchos niños es a través de las escuelas y sus profesores

ELEMENTOS DE UN PROGRAMA EFECTIVO DE EDUCACION

Los programas con mayor éxito para grupos escolares tienen varios elementos en común:

INTERP. C2d-2

Involucrar a los profesores en su desarrollo.

- * Los profesores pueden ser una fuente de apoyo sin fin para las AP en el desarrollo de programas educativos.
- * Los profesores tienen conocimiento profundo y comprensión de los niños y cómo ellos aprenden y se comportan en las distintas etapas de desarrollo.
- * Los profesores pueden señalar con precisión el mejor punto de correlación entre el curriculum de la escuela y los recursos del AP.
- * El endoso del programa por parte de los profesores es uno de los mecanismos más efectivos de promoción.

Relevancia para el curriculum escolar.

- * El mejor servicio que podemos proporcionar a los profesores y estudiantes es ayudar en la enseñanza de aquello que ya tienen el mandato de enseñar (y aprender).
- * Los profesores hoy en día se encuentran presionados a enseñar una cantidad enorme de materiales en un periodo limitado. Existe mucha presión para mejorar los resultados de los estudiantes en todo el país, y nuestros programas deben compartir esa meta, y no simplemente aumentar las demandas sobre los profesores.
- * Programas efectivas de interpretación deben suplementar, y no duplicar el curriculum escolar.

La enseñanza activa.

- * Los programas de interpretación no deben simular el aprendizaje de aula.
- * Los programas de interpretación deben involucrar al estudiante tanto física como intelectualmente.
- * Las técnicas más efectivas para los niños son aquellas que son participativas.

Apropiado en términos de desarrollo.

- * Considere las características del grupo en cuanto a su nivel de desarrollo físico, mental y emocional.
- * El vocabulario usado debe estar conforme con las necesidades de la audiencia.
- * Los conceptos e interrelaciones deben ser enseñadas con claridad y en una forma apropiada para la edad del grupo.

Relevancia a Temas y Recursos Específicos del AP.

- * Un mensaje conservacionista en todos los programas ayuda a crear conciencia, y promover conocimiento de la misión del sistema de AP.
- * Los programas se desarrollan con la audiencia escolar en mente, pero deben también beneficiar al AP.
- * Los programas proporcionan el vínculo entre el aula y el recurso, aprovechando de los recursos únicos del AP, y permitiendo a los estudiantes interactuar al máximo posible con los recursos.

Preparación y Materiales de Seguimiento.

- * Información preliminar ayuda a preparar a los profesores y estudiantes.
- * Temas y objetivos deben indicar claramente el enfoque y propósito del programa y sus actividades.
- * Actividades pre-visita crean un fundamento para los conceptos presentados durante el programa.
- * Materiales pre-visita crean anticipación y generan interés en el tema y el viaje de campo, pero no duplican la experiencia de campo.
- * Listas de vocabulario y materiales listos a usar satisfacen necesidades de los profesores y estudiantes.
- * Una bibliografía sugiere otras oportunidades de estudio.
- * Actividades de seguimiento refuerzan la experiencia educativa.
- * Una evaluación provee retroalimentación respecto al programa y los materiales escritos.

UTILIZANDO UN CURRÍCULUM EN LA PLANIFICACION Y DESARROLLO DE UN PROGRAMA.

Pasos para la planificación de un programa basado en curriculum.

1. ¿Qué es el mandato de su AP? ¿Sus temas? Piense en lo que hace único su sitio con respecto a la región local. ¿Por qué querrán visitarlo los grupos escolares?
2. Piense en la mejor experiencia que ha tenido ud. con un grupo escolar en su sitio. ¿Qué era lo que les interesó? Antes de llegar al curriculum, ¿qué es lo que es naturalmente interesante para los niños en su sitio?
3. Haga un inventario y listar los recursos de su sitio en tres categorías: los temas e historias que se interpretan en la actualidad en su AP, y las posibilidades sugeridas por su mandato; los recursos y

INTERP. C2d-4

materiales disponibles para llevar a cabo la interpretación con estudiantes; y los intereses y capacidades de los miembros del personal que podría participar.

4. Analice las demandas de visita para su sitio prestando particular atención en las visitas de grupos escolares. ¿quién viene y de dónde vienen?

Ahora:

5. Busque un curriculum para el sistema escolar local. Obtenga la guía para la temática que complementa los aspectos relevantes para su AP, y para un grupo escolar específico: primaria (1-3, 4-6, 7-8), secundario, etc.

6. Analice la guía de curriculum para sugerencias respecto a como vincularla con los temas del AP. Piense en las áreas temáticas listadas. ¿Los temas o objetivos del AP empatan de alguna manera? ¿Podría una visita al AP cubrir alguna de las áreas de enseñanza.

Una vez que haya realizado estos pasos, intente lo siguiente:

* Prepare algunos bosquejos de programas potenciales utilizando los temas, metas y objetivos de los programas interpretativos. Enfoque en las necesidades de un grupo particular de estudiantes.

* Discuta con los profesores. Hable con el supervisor de curriculum en su zona o pida al director que aconseje un profesor que estaría dispuesto a conversar con ud. Presente sus ideas. Podría invitar a un grupo de profesores a su AP para demostrar su programa.

* Pregunte a los profesores qué tipo de materiales que ud. puede proporcionarles para uso en el aula. Inicie la discusión con una lista de materiales que ud. usó para preparar el programa.

* Pregunte a los profesores que vinieron al programa, qué tipo de actividades podrían efectuar antes hacer una visita al AP. ¿Cuáles libros están leyendo en el aula? Revise los textos y otros materiales usados actualmente. Utilice la información en su planificación del programa. Comparta buenas ideas con los profesores.

Apunte 2e

TITERES

(Tomado de CONAP, Guatemala. 1990. MANUAL DEL GUARDARECURSO)

Los títeres son muñecos o imitaciones de muñecos que se mueven con las manos y que quien los maneja les da vida simulando las voces y movimientos de los personajes que representan los muñecos. Sirven mucho para actividades con niños.

COMO HACER TITERES

Para hacer un títere siga estos pasos:

1. Haga un dibujo sencillo del títere que quiere hacer.
2. Haga una lista de los materiales que va a necesitar. Trate de hacer el títere con materiales sencillos y que se consigan fácilmente, por ejemplo: calcetines, botones, semillas, tuzas, pedazos de tela vieja, bolsas de papel, hilo, morros, papel.
3. Junte los materiales y haga el títere paso a paso. Por ejemplo, si consigue tela:
 - 3.1 Doble a la mitad un trozo de unas dos cuartas de largo por dos cuartos de ancho.
 - 3.2. Ponga una mano sobre la tela doblada y dibújela con una lápiz o lapicero.
 - 3.3. Corte la tela siguiendo el dibujo de su mano, cortando alrededor sólo de los dedos pulgar, medio y meñique y dejando una pulgada de tela a toda la orilla del dibujo.
 - 3.4 Cosa o pegue los dos pedazos de tela en toda la orilla. Ahora ya tiene el cuerpo del títere. Adornele con botones o semillas cosidas o pegadas para que parezca una camisa y peguele manos de carton o papel en los dedos de las puntas.
 - 3.5 Ahora haga la cabeza del títere. Para esto ponga en remojo trozos de papel en almidón o yuquilla y cuando esté bien mojado deshágalo con las manos hasta que quede como una masa. Haga una pelota que será la cabeza del muñeco. Abrale un hoyo en un lado con su dedo medio.
 - 3.6 Péguete ojos y nariz con semillas o botones. Dejela secar y después pinte cejas, boca, bigotes y cachetes.
 - 3.7 Péguete pelo hecho con pelo de elote (choclo) o tuza deshilachada.

INTERP. C3-2

3.8 Meta la mano en el cuerpo del títere y ponga la cabeza en el dedo del medio. Ahora ya tiene al títere que representará a "Juanito, el guardarecursos".

RECOMENDACIONES PARA PRESENTAR UN SOCIODRAMA DE TITERES

Puede presentarse un sociodrama o teatro comunitario con títeres que hagan los papeles de las personas. Para esto siga las siguientes recomendaciones.

1. Escoja el tema que va a presentar y prepare un libreto siguiendo los pasos que se explicaron para hacer un sociodrama con personas:

1.1 Escoja el tema del sociodrama de los problemas que Usted ha visto que la comunidad tiene y puede solucionar.

1.2 Escoja personas de la comunidad y explíqueles el tema que se quiere representar en el sociodrama.

1.3 Pregúnteles qué problemas relacionados con el tema han visto en su comunidad, y cuál quisieran representar.

1.4 Haga una descripción corta del problema, señalando soluciones y personas que deben ser representadas por los títeres.

2. Anote su libreto y prepare los títeres que necesite.

3. Antes de presentarlo delante de la gente, practique los movimientos de los títeres y las palabras que cada títere dice enfrente de un espejo o delante de los compañeros de trabajo, hasta lograr que la actuación sea buena.

4. Cuando vaya a presentarla delante de la comunidad, voltee una mesa y escondase detrás de ella con los muñecos y su libreto, para irlo leyendo durante la representación.

5. Fingiendo voces divertidas presente a los personajes que representan los muñecos en la obra.

6. Trate de mover al muñeco cuando está hablando y dé mensajes cortos y claros.

7. Haga que los títeres le hagan preguntas a la gente para que participen y puedan darle otras soluciones e ideas al problema que les presentó en el sociodrama.

8. Ponga atención a las sugerencias de la gente y apúntelas después de la presentación.

Tema 3

**PLANIFICACION DE PROGRAMAS DE INTERPRETACION
Y EDUCACION AMBIENTAL**

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Describir la jerarquía de los planes de manejo en un AP.
2. Explicar la diferencia entre las disposiciones del plan general de manejo en relación a los programas de Interpretación y Educación Ambiental, y lo que indica un plan específico para el desarrollo de estos temas.
3. Enumerar los pasos principales a seguir al elaborar un plan de Interpretación y Ambiental.
4. Enumerar los tres aspectos que hay que tomar en cuenta en el desarrollo de cualquier programa.

REFERENCIAS:

Sharpe, G. 1982 (Cap 4); MacFarland, C. 1982; Grater, R. 1976 (Cap. 2); Miller, 1980 (Cap. III); Spangle, et al. 1974; Morales, J. 1992; Morales, R. 1980.

PRESENTACION:

- 1.1 Dentro de un sistema ideal de planificación para un AP, existe una jerarquía de planes que se deben preparar: primero, los planes para sistemas de AP; segundo, el plan de manejo para AP individuales, al largo plazo; y luego los planes operativos (normalmente anuales); y después los planes especiales y más específicos (a veces son temáticos). Destacar la importancia de la planificación en todo lo que se realiza en un AP. (Ver Tema E3 para más información.)
- 1.2 Se debe resaltar aquí la diferencia entre la EA y la IA (ver tema C1). Se debe recalcar que la interpretación o educación ambiental en un AP es solamente uno de varios componentes o programas indicados en un plan de manejo, y que su desarrollo está ligado y coordinado con el desarrollo de los otros, de manera que cada programa o componente apoya y complementa a los demás (igual como los miembros de un equipo deportivo se ayudan el uno al otro, para ganar un partido).
- 1.3 Existe la tendencia de considerar al AP como una isla, o una situación aislada, sin vínculos con el resto del país o el mundo. Por lo tanto hay que resaltar la importancia de considerar al AP como parte de un sistema regional o nacional de otras áreas que tienen una misión, unos objetivos globales que cumplir en la conservación, y que la

interpretación no debe olvidar esto.

- 2.1 El plan de manejo establece los temas, lugares principales donde se deben realizar las actividades de IA y EA, personal necesario, y otras directrices de orden general, que deben guiar el programa de educación ambiental. En algunas AP donde la educación ambiental ha sido designada como actividad prioritaria, se formulan planes especiales para el desarrollo de un programa de educación y/o interpretación ambiental. Normalmente estos planes son preparados por personal que conoce bien al área y especialistas en la interpretación y educación. A veces el título del plan incluye el término "Educación Ambiental", especialmente si la programación de actividades involucra actividades formales de EA fuera del AP.
- 3.1 Antes de entrar en como desarrollar un plan de interpretación, pida a los participantes sus ideas en este sentido. Hay que guiarlos hasta llegar a tener un bosquejo similar al que se presenta en C3b.
- 3.2 Son tres fases necesarias a desarrollar en cualquier plan de IA:
 1. Reunir toda la información disponible sobre el recurso a interpretar, para luego analizarla;
 2. Realizar un estudio sobre los usuarios del AP, a fin de determinar el auditorio para los mensajes de la IA; (C3d)
 3. Seleccionar y desarrollar los métodos que mejor llevan el mensaje del recurso a los usuarios. (C3e)
- 3.3 Temas, metas y objetivos: ¿Cuál será la orientación del plan? ¿Qué es lo que se desea lograr con el plan? Se debe tomar en cuenta los objetivos definidos en el plan de manejo, mas otros factores, tales como: problemas ambientales del AP y de la región en general, tipo de visitante, y comportamientos y actitudes que se desea desarrollar en el visitante. (Obtener un plan de educación ambiental para proporcionar ejemplos.) Es importante pensar en una jerarquía de objetivos, comenzando por los temas, los cuales se relacionan con "porqué está el AP aquí?; y ¿cuáles son sus problemas principales?". La respuesta se encuentra en el plan de manejo y en expresiones oficiales de las autoridades competentes. Luego, se consideran las metas: ¿Qué puede lograr la interpretación para mejorar las situaciones expresadas en los temas?. Llegando al grano, tenemos los objetivos, los cuales deben indicarnos "¿Qué deben ser las consecuencias de una experiencia interpretativa específica en cuanto al comportamiento o pensamiento del visitante?" Esta jerarquía de consideraciones debe ser desarrollada para un plan de interpretación, y para cualquier otro plan.
- 3.4 Datos e información: para poder elaborar un buen plan, se necesitan muchos datos, sobre todo información sobre el recurso natural y/o cultural que se desea interpretar, la que debe existir como base para el plan de manejo.

Pero también se necesita información sobre las personas que visitan el AP, con la idea de formular un perfil del visitante, o sea ¿cómo es la persona que visita el AP en la actualidad? El perfil debe contener información sobre: edad, profesión, sexo, nacionalidad, procedencia, medio de transporte, nivel de educación, tiempo de estadía en el AP, actividades realizadas en el AP. Esta información guiará a los planificadores en la determinación de la audiencia a quien se desea orientar la interpretación. Se debe tomar en cuenta la visita o uso del AP por personal que vive cerca, o hasta adentro de ella como enfoque importante de programas de educación.

- 3.5 Personal: en la planificación, hay que considerar cuantas personas serán necesarias para ejecutar lo indicado en el plan. Personal significa dinero para pagar las personas empleadas, y la infraestructura necesaria para apoyarlas. La interpretación no-personalizada tiene la ventaja de que requiere un mínimo de personal; otro factor a tomar en cuenta es que el personal requiere capacitación especializada, por lo general. Un buen intérprete requiere ser inteligente, y tener la capacidad y el deseo de relacionarse con el visitante. No es cualquier persona que puede desempeñar el papel de intérprete.
- 3.6 Mantenimiento: tanto los letreros como exhibiciones y otros medios de comunicación requieren mantenimiento constante; esto implica gastos y tiempo por parte del personal del AP. El mantenimiento debe ser considerado como prioritario en la planificación, ya que no vale la pena invertir en algo que se va a perder.
- 3.7 Selección de métodos interpretativos: Esta es la sección que requiere más consideración, pues los medios interpretativos son los encargados de transmitir lo estipulado por el plan. Aquí, el planificador debe considerar toda la información recabada hasta el momento con el fin de seleccionar los medios a ser empleados para interpretar un tema específico en un lugar específico (ver Apunte C3e y C2b).

ACTIVIDADES:

Haga que los participantes revisen uno o varios planes de interpretación y educación ambiental.

Elabore un cuestionario con el objetivo de determinar las características básicas de los visitantes de un AP cercano. Obtener la información necesaria a través de entrevistas, revisión de informes, etc., y elaborar un perfil de visitante.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo B (Protecc.): Temas 1
 Módulo D (Manejo): Temas 1
 Módulo E (Admin.): Tema 3

Apunte 3a

PLANIFICACION INTERPRETATIVA

(Tomado de Morales, 1992)

Así como algunas actividades y servicios proporcionados por la administración de los espacios naturales establecen diseños y manejos de infraestructura (estacionamientos, observatorios, punto de interés paisajístico, zonas de picnic, servicios higiénicos, etc.), la IA se ocupa de la atención de público, entregándole una información amena y recreativa. Esto requiere un gran conocimiento de la naturaleza y necesidades del visitante y de los mensajes que se desea transmitir (Countryside Commission, 1979b).

Ya hemos adelantado que toda iniciativa de proporcionar interpretación ambiental debe ser abordada de manera sistemática y metodológica. Para ello, debemos recurrir a la planificación interpretativa, especializada función en el campo de la IA que, según Capelle (1984), ha evolucionado considerablemente en los últimos años. Los diferentes enfoques sugieren preguntas a responder en el proceso de planificación y secuencias o etapas a seguir; preguntas y secuencias que abordaremos más adelante.

La planificación interpretativa (PI) debe conducir a la elaboración de las recomendaciones oficiales para la organización encargada de gestionar los recursos; establece las políticas relativas al desarrollo, filosofía y operación de los programas interpretativos. El plan es el documento resultante del proceso de planificación, y será el que unifique los diseños de los programas de interpretación para su integración con los objetivos totales de manejo y gestión establecidos previamente en el plan de manejo del área.

La PI es un proceso que analiza la necesidad de programas, servicios, medios y personal para comunicar información a los visitantes de los parques. Es un proceso que define objetivos, examina diversas opciones y alternativas y considera las consecuencias económicas y, posiblemente, ambientales de las propuestas.

El plan de manejo o plan rector es una guía para la protección, manejo, interpretación y desarrollo de los recursos de un parque. Este plan de manejo indicará las líneas de acción a seguir y los diferentes proyectos necesarios para la utilización y protección de una zona.

Es, por tanto evidente, que toda PI debe enmarcarse en el contexto de un plan de manejo que la coordine junto con los demás planes del área. El plan rector especificará qué se hará y dónde se hará, mientras que el plan de interpretación expondrá el cómo se desarrollarán los programas de IA. Es extremadamente importante que la zonificación preceda cualquier planificación específica del área.

La estrategia básica de la PI para cualquier nivel podría ser la que indican Badaracco y Scull (1978):

1. Reunir toda la información sobre el recurso interpretativo o características de un área, para luego analizarla.
2. Desarrollar un estudio sobre el usuario y **todas** sus características.
3. Seleccionar y desarrollar los métodos y los medios que mejor lleven el mensaje del recurso a los usuarios.

Todo ello debe conducir a un plan que servirá de marco de referencia para decidir las prioridades del desarrollo interpretativo por todos los individuos u organismos que entren en juego. También, servirá de guía para tomar decisiones sobre si aceptar o no tal o cual emplazamiento para ciertos diseños o exhibiciones; servirá para indicar qué tipo de investigación es necesaria o qué tipo de material habría que conseguir (fotos, documentos, etc.); debería indicar el valor interpretativo de edificios, terrenos u otros recursos amenazados o sometidos a un proceso

INTERP. C3a-2

de deterioro.

Estas consideraciones ideales no son fáciles de conseguir o aplicar, sobre todo en nuestro ámbito latino. No sólo cuesta mucho desarrollar un proceso de planificación por falta de medios materiales y de organización, sino también por la escasez de personal entrenado para ello. Y es bastante frecuente que una vez obtenido un plan de IA su aplicación no pueda ser llevada a la práctica por falta de medios técnicos y personal de base.

En cualquier caso, intentaremos dar un vistazo general y proponer algunas aproximaciones metodológicas que puedan, virtualmente, contribuir con un poco de luz sobre este asunto.

UN MODELO TEORICO

Ya que la interpretación ambiental, en un sentido amplio, es un proceso de comunicación, debemos adoptar para ella un modelo de comunicación. Como intérpretes o educadores ambientales seremos siempre comunicadores de unos principios, una idea, una ética, etc. Inicialmente, tenemos la información, que es una intención, unos contenidos o una materia a comunicar; seremos pues, emisores de cierto mensaje dirigido a ciertos receptores.

El modelo básico consta de tres componentes fundamentales: Emisor-Mensaje-Receptor. El proceso de comunicación se cierra cuando el emisor se cerciora de que el receptor ha captado el mensaje (y, en nuestro caso, de cómo lo ha captado).

Este es, pues, -muy simplificado- el modelo teórico de la comunicación:

Ver figura 1 para apunte C3a en anexos gráficos.

Este simple esquema ha sido adoptado y aplicado con toda facilidad a la PI por varios autores canadienses, principalmente, Howie et al. (1975) y Peart y Woods (1976). El modelo E-M-R muestra las relaciones entre los principales componentes del proceso interpretativo o de comunicación. Un emisor elige y codifica un mensaje; este mensaje es transmitido por algún medio y captado por el receptor; el receptor decodifica el mensaje y está potencialmente preparado para emitir una respuesta que el emisor tiene que poder captar (Peart y Woods, 1976; Peart, 1977b).

Según Peart y Woods, el modelo puede reemplazar sus términos por la preguntas a responder en el proceso de planificación:

- ¿Por Qué se quiere interpretar? ¿Cuáles son los objetivos y las limitaciones?
- ¿Qué mensajes se seleccionarán para esta interpretación?
- ¿A Quién irá dirigido el esfuerzo interpretativo?
- ¿Cómo, Cuando Y Dónde se realizarán los servicios interpretativos? ¿Qué medios y qué técnicas se utilizarán?
- ¿Y Después, qué se hará para tener un control? ¿Cómo se evaluará?

POR QUE	=	Emisor (y su intencionalidad)
QUE	=	Mensaje
A QUIEN	=	Receptor
COMO, CUANDO Y DONDE	=	Medios, técnicas
DESPUES	=	Respuesta

INTERP. C3a-4

Luego, el modelo puede quedar como sigue:

Ver figura 2 para apunte C3a en anexos gráficos.

Por lo tanto, antes de comenzar la tarea de PI, se debería responder a estas preguntas para tener así una base lógica para desarrollar los capítulos principales de un plan interpretativo, quedando así una tabla de contenidos ideal, como la siguiente:

- | | |
|---------------------------|---|
| - Por Qué | - Objetivos |
| - Qué | - Análisis del Recurso |
| - A Quién | - Análisis de los Destinatarios |
| - Cómo
Cuándo
Dónde | - Medios, Métodos, Técnicas (programas) |
| - Y Después | - Evaluación de los Programas |

5.2 ¿QUIEN?

Surgirá, seguramente, el problema de la falta de personal competente en la Administración, ya que el intérprete ambiental no existe como profesional en la mayoría de los países periféricos.

Según FAO (1976), la persona más indicada para dirigir y orientar la planificación interpretativa es un especialista en dicha disciplina, pero al no existir éste en los países latinos, hay que designar un equipo de expertos o, preferentemente, un funcionario del parque, reserva, etc., que tenga una cierta experiencia en información. La formación anterior de esta persona es menos importante que su interés y vocación por el tema y sus aptitudes para aprender rápidamente. A través de la lectura y la práctica este autodidacta puede convertirse en poco tiempo en un planificador eficaz.

Con respecto al punto anterior, indicamos que el proceso de planificación interpretativa puede cumplir una importante función de formación de personal, en donde la planificación puede estar asociada a un proceso de capacitación; con ello, se consigue que un equipo novel se ponga al corriente del significado y la esencia de la interpretación.

No podemos dejar de añadir que el proceso de PI es un trabajo a realizar en forma multi e interdisciplinaria, donde concurren el planificador interpretativo, diseñadores, arquitectos, historiadores, biólogos, geólogos,

sociólogos, fotógrafos, administradores, artesanos, etc.; todos en un equipo organizado y coordinado por el planificador.

Existe una amplia bibliografía sobre la autoformación del intérprete -de origen anglosajón casi en su totalidad- como publicaciones periódicas, informes o libros que son factibles de conseguir a través de sus editores.

Ver figura 3 para apunte C3a en anexos gráficos.

Apunte 3b

**METODOLOGIA PARA LA PREPARACION DE PLANES DE
INTERPRETACION AMBIENTAL EN AP**

(Adaptado de MacFarland, 1982)

1. **Elegir o elaborar las metas provisionales del plan.** En esta sección debe aparecer una discusión de los temas principales de la interpretación, basándose en la situación particular del AP, en el Plan de Manejo; y luego una elaboración de las metas del plan.
2. **Análisis y síntesis de los antecedentes e información básica.**
 - 2.1. Recopilación, revisión y análisis de información básica importante para la interpretación y educación ambiental, examinando la situación actual y proyecciones para el futuro.
 - a) Recursos y características del AP y la región adyacente.
 - Recursos naturales: flora, fauna, geología, ecosistemas, especies en peligro de extinción, recursos genéticos, etc.
 - Recursos culturales: arqueología, historia, culturas vivientes etc.
 - Características socio-económicas: economía de la región, demografía, uso actual y potencial de la tierra y recursos marinos, salud ambiental, etc.
 - b) Uso actual y potencial de la unidad y la región por los visitantes:
 - patrones de visitas en el espacio y el tiempo (flujo)
 - caracterización o perfil de los visitantes
 - c) Programas y componentes (facilidades, infraestructura, actividades) actuales y proyectadas para interpretación en el AP y la región.
 - d) Las fuentes de colaboración y coordinación existentes y posibles para llevar a cabo programas de interpretación.
 - 2.2. Identificar vacíos en la información y planificar inventario en el campo para obtener información necesaria.
 - 2.3. Realizar inventario de campo sobre los aspectos mencionados en 2.1 y añadir esa información a lo recopilado, analizando lo en forma final.
 - 2.4. Sintetizar y resumir lo sobresaliente en todos los aspectos.
3. **Elaborar las metas definitivas del plan**
4. **Elaborar y analizar las limitaciones y condicioness para el proceso de planificación**
 - 4.1. Elaborar una lista de limitaciones, dividida en las existentes que no se pueden modificar y las que se pueden modificar en algún grado.
 - 4.2. Elaborar una lista de las condiciones que favorecen la interpretación.
5. **Definir los criterios básicos para la interpretación para todo el plan**

INTERP. C3b-2

P.e. temas generales, normas de estilo y diseño, fluidez en el espacio y el tiempo, y los componentes.

6. **Preparar los programas propuestos de interpretación describiendo en detalle cada componente y utilizando el siguiente "concepto básico de desarrollo":**
 - a) Nombre de componente o actividad (ej. Senderos Interpretativos)
 - b) Objetivo específico
 - c) Temas
 - d) Medios y actividades
 - e) Infraestructura requerida
 - f) Estilo y diseño
 - g) Materiales

En la elaboración de estos programas, se deben considerar todos los medios posibles de interpretación, siendo realista en cuanto a las posibilidades de financiamiento y de personal que estarán disponibles.

7. **Preparar el Plan Integral de Desarrollo**

Debe incluir: un mapa de desarrollo integral mostrando todos los componentes, un programa de capacitación para el desarrollo y formación del personal necesario, un programa de colaboración y coordinación intra-e inter-institucional y un cronograma o secuencia de desarrollo.

8. **Presentar, discutir, y revisar el plan con instituciones gubernamentales y no-gubernamentales a nivel local, regional y nacional**
9. **Publicar y distribuir el plan**
10. **Ejecutar el plan**
11. **Evaluar el plan sobre la marcha**
12. **Revisar el plan y realizar los cambios necesarios.**

Apunte 3c

COMO PLANEAR UN PROGRAMA DE EDUCACION DE CONSERVACION

(Adaptado de D.S. and D.W. Wood, International Institute for Environment and Development and the United States Fish and Wildlife Service, 47pp.)

NOTA EDITORIAL: Aunque este apunte se dirige a programas amplios de educación ambiental, se considera que la metodología y los conceptos expresados son de gran utilidad en la elaboración de programas y planes de Interpretación Ambiental. El contenido del Apunte es una síntesis del documento original.

INTRODUCCION: Da un panorama general de la situación actual en cuanto a la actitud de diferentes sectores sociales ante los problemas del medio ambiente. Sostiene que: "La gente en puestos de toma de decisiones, que se enfrenta a considerables presiones políticas y económicas, hacen lo que parece ser mejor para sus propios intereses. **Tal vez puedan escapar a las consecuencias a corto plazo, pero si ellos reducen la capacidad del medio ambiente para satisfacer las necesidades del mañana, sus intereses a largo plazo se verán seriamente afectados**".

"El propósito de este manual es el de describir los procedimientos que los educadores de conservación pueden utilizar para diseñar los programas que tengan un impacto ambiental significativo y que vayan de acuerdo con las tradiciones e inquietudes de la gente".

Sugieren cinco pasos a seguir en la elaboración de estos programas y en las secciones se describe y discute cada paso.

Ver Figura 1 para apunte C3c en anexos gráficos.

PASO I. Estimando la situación del medio ambiente

- a) Identificar el problema medio ambiental
- b) Identificar las soluciones técnicas

INTERP. C3c-2

Un problema medio ambiental debe tener una solución posible. Si un educador no contribuye realísticamente a la solución de un problema ambiental, entonces este problema no debe ser el propósito central del educador porque no se podrá obtener un impacto positivo en el medio.

c) Involucrar a los participantes en la búsqueda de las soluciones al problema. "Los educadores del medio ambiente deben dirigir el proceso para encontrar soluciones prácticas. Con demasiada frecuencia los programas son desarrollados en oficinas centrales y después presentados a las comunidades locales, esperando que la gente los acepte y los ponga en práctica sin hacer preguntas. Los educadores del medio ambiente no deben dudar para alterar cualquier plan que ha omitido el incluir la consulta con la gente en su programa. Es la gente la que en última instancia será motivada por el programa educativo y por lo tanto debe participar en la búsqueda de la solución".

CONCLUSION. Los educadores de conservación quieren cambiar la forma en que la gente se relaciona con el medio ambiente. Para hacer esto con eficiencia necesitan definir los problemas medio ambientales más críticos y lo que la gente puede hacer específicamente para resolverlos. Haciendo esto, el educador define las metas para el surgente programa educativo y puede entonces, seleccionar las audiencias a las que se deben dirigir, el contenido y los métodos. El programa tiene un ancla que evita que caiga en aspectos que lo alejen de su propósito y reduzcan su impacto. Proponen que a la hora de estimar el problema se formulen las siguientes preguntas.

¿Cuál es la escala del problema? Local, regional, nacional, internacional?

¿Es práctico considerar la presentación del problema?

¿Cuál es la causa del problema?

¿Qué tanto afecta el problema a la gente?

¿Qué tanto afecta al medio ambiente?

¿Qué recursos se necesitan para llevar a cabo soluciones?

¿Cómo se pueden obtener estos recursos?

¿Las personas afectadas por el problema han estado buscando la solución?

PASO II. Identificando a la audiencia (gente). Un programa educativo no puede tener resultados si está dirigido al grupo equivocado de gente. El grupo de gente receptor del programa educativo debe de:

- a) contribuir a la solución de un problema ambiental; y
- b) percibir los cambios que persigue el programa educativo, como algo que va en favor de sus propios intereses.

Audiencias a quienes se dirigen con frecuencia los programas educativos:

- La gente que está afectando directamente los recursos
- Trabajadores de extensión (sociales) o los profesores de manejo de recursos
- Líderes locales, representantes del gobierno
- Miembros de la comunidad con influencias
- El público en general
- Los niños de edad escolar.

CONCLUSION. La educación conservacionista tiene un impacto en el medio ambiente al cambiar la conducta de la gente. En cada situación algunas personas tienen más posibilidades de impacto que otras, y el educador necesita identificar a ésta gente si se quiere que el programa tenga éxito. El educador puede desperdiciar mucho sus

esfuerzos al dirigirse a una audiencia inapropiada. Preguntas a considerar cuando se quiere identificar a la audiencia.

¿Quién está afectando directamente el recurso natural que estamos considerando?

¿Es en su beneficio el tratar de cambiar la conducta de la audiencia?

¿Qué los podría convencer para cambiar la conducta de la gente?

¿Quiénes son los más afectados por la degradación de los recursos naturales bajo consideración?

¿Quiénes se beneficiarán al aplicar las medidas propuestas por el programa educativo? ¿Puede la gente tomar parte al aplicar estas medidas?

¿Hay personas con influencia en la comunidad que pueden ayudar a convencer a la gente para que cambie?

¿Hay miembros con influencia en la comunidad que puede dar incentivos a la gente para que cambie?

¿La solución requiere de acción gubernamental?

¿Qué agencias gubernamentales pueden contribuir para resolver los problemas? ¿Cómo?

PASO III. Identificando el Mensaje

La selección y organización cuidadosa del contenido de un programa de educación para la conservación es crucial para el éxito.

Planificando el Programa

El primer paso es saber **porqué la gente necesita un programa de educación.**

- 1) Conocimiento del problema por la audiencia
- 2) Responsabilidad de la audiencia
- 3) Búsqueda de soluciones
- 4) Motivación a la audiencia

Herramientas para identificar el mensaje

Hay varias formas de estimar la forma más efectiva de mover a la audiencia hacia un compromiso de tratar el medio ambiente con respeto.

- Cuestionarios
- Entrevistas
- Vivir en la comunidad por un tiempo

Seleccionando el contenido del Programa

1. Escriba una frase que describa el asunto del medio ambiente que va a ser tratado por el programa.
2. Prepare la razón por la que se propone el programa de educación (porqué).
3. Enuncie la meta del programa (qué).
4. Desarrolle lo que el programa pretende lograr.
5. Busque los factores motivadores.
6. Organice la información.

CONCLUSION. El programa educativo empieza a tener contenido. A éste nivel, el educador puede decidir qué es lo que va a incluir ó excluir en el programa basado en las consideraciones discutidas anteriormente. El proceso de

INTERP. C3c-4

planificación incluye la definición del problema, las razones el objetivo y las metas que se persiguen. Este esfuerzo puede mantener al programa enfocado en el problema ambiental y previene al educador de ser distraído por asuntos periféricos e información irrelevante.

Preguntas a considerar cuando se identifique el mensaje.

- ¿Qué problema ambiental va a atacar el programa educativo?
- ¿Porqué se debe de dirigir a éste problema en particular y no a otros?
- ¿Cómo puede el programa educativo dirigirse a la solución del problema medioambiental?
- ¿Cuál es la audiencia a la que se dirigirá el programa? ¿Porqué deben de recibir la atención del programa en vez de ser otros grupos?
- ¿Qué conocimiento y actitudes debe tener la audiencia para que se contribuya efectivamente a la solución del problema?
- ¿Se incluye ésta solución en el programa?
- ¿Qué información se ha reunido acerca de las creencias, costumbres y niveles educativos de la audiencia?

PASO IV. Seleccionando la Estrategia Educativa

Consideraciones al seleccionar la estrategia

- a) ¿Cómo recibe información la audiencia escogida? ¿Pueden utilizarse alguno de los medios de comunicación existentes en el programa educativo?
- b) ¿Quiénes son considerados como dirigentes formales de la comunidad, modelos y agentes informativos?

Estrategias usadas comunmente

1. Programas de extensión
2. Programas escolares
3. Clubs y organizaciones no gubernamentales
4. Medios de comunicación masiva. Televisión, radio, periódicos
5. Materiales impresos especialmente para un programa
6. Exhibiciones, demostraciones, presentaciones
7. Eventos especiales
8. Materiales varios (camisetas con leyendas, calcomonías, etc.)
9. Comunicación persona a persona.

Preguntas a considerar al seleccionar una estrategia educativa.

- ¿Cuál será la audiencia a la que se le dirige?
- ¿Cómo reciben nueva información?
- ¿Es el mensaje educativo dirigido principalmente para elevar la conciencia y transmitir información?
- ¿Es el mensaje educativo práctico, dando a la audiencia información que los estimule a llevar a cabo acciones especiales?
- ¿Con el mensaje educativo se van a cubrir conceptos complicados?
- ¿Es la estrategia posible, dadas las limitaciones de la situación.

PASO V. Ejecución de lo planificado

En esta fase se inicia la ejecución de las estrategias y actividades del plan. Es esencial recordar que la evaluación de resultados (Paso VI) debe constituir un elemento funcional de la ejecución, o sea debe programarse como actividad y no esperar hasta el final para iniciar este proceso.

PASO VI. Evaluación

- a) Guías para evaluar
- b) Fuentes de información para la evaluación.

CONCLUSION. La evaluación es una parte vital, pero con frecuencia se ha dejado atrás en los programas educativos. Asegura que el programa, el personal y los fondos se usan constructivamente y que el educador toma tiempo para escuchar y aprender de la audiencia.

Preguntas para considerar:

El Mensaje:

- ¿Llegó el mensaje a la gente?
- ¿Entendió la gente el mensaje?
- ¿Confía o no la gente en el educador y la agencia que representa?

Si comprendieron el mensaje pero no hubo cambio de conducta:

- ¿Hay presión social adversa? ¿La gente que tiene influencia desconfía del mensaje educativo?
- ¿Son las acciones propuestas por el programa poco realistas o sin base económica?
- ¿Está la gente nerviosa por las consecuencias?

Si la gente está cambiando su conducta pero el recurso natural no mejora:

- ¿Ha sido la solución técnica poco apropiada?
- ¿Ha alcanzado el problema educativo a gente que no tiene relación con el problema?
- ¿Se necesita más tiempo para evaluar la situación?

Apunte 3d

ANALISIS DE LOS USUARIOS

(Tomado de Morales, 1992)

Hay que comenzar analizando los estudios que existen sobre el visitante del área. Si no se dispone de ellos, se analizan las entrevistas que a ese respecto se hicieron en la etapa del Inventario: guardaparques, administradores de hotel o dueños de establecimientos comerciales.

Si existe tiempo para ello, es recomendable también realizar una encuesta sucinta a los visitantes que se presentan al área durante el período de planificación.

Howie *et al.* (1975) proponen un esquema que puede ilustrar los requerimientos de información sobre los diferentes grupos de usuarios para un parque (ver figura 1) y, una vez identificados los grupos, definir su proporción, sus características y composición (sexo, edad). Ante eso, debemos recordar que la segmentación de usuarios en América Latina y el Caribe puede no sólo ser diferente, sino de composición mayor que la de un ámbito anglosajón.

Countryside Commission establece los siguientes puntos a analizar con respecto a los usuarios:

- Escala de uso prevista
- Patrones de visita (estacionalidad, horarios, movimientos)
- Duración de la visita (prevista, aceptable)
- Tamaño del grupo, estructura y tipo del grupo
- Grupos especiales (minusválidos, colegios, etc.)
- Características socioeconómicas
- Conocimientos o experiencias previas del visitante
- Procedencia
- Tipo de viaje (fin de semana, vacaciones, etc.)
- Repetición de visitas
- Necesidades especiales (comidas, rampas para sillas de ruedas, etc.)
- Intereses del visitante (recreación, conocimiento, inspiración, etc.)

INTERP. C3d-2

Ver figura 1 para apunte C3d en anexos gráficos.

Apunte 3e

SELECCION DEL METODO INTERPRETATIVO MAS APROPIADO

Son muchos los métodos de interpretación que se pueden usar, y algunos serán mejores para un sitio o situación particular. La selección del método dependerá de muchos factores y consideraciones: fondos, personal, tipo de visitante y condiciones climáticas.

I. Una forma de determinar si un método es apropiado es preguntar:

- ¿Requiere personal para su operación? ¿Tiempo completo, o solo ocasionalmente?
- ¿Necesita energía eléctrica?
- ¿Podría ser dañado o robado fácilmente?
- ¿Será el mantenimiento un problema?
- ¿Cuál sería el impacto del clima sobre su funcionamiento?
- ¿Podría soportar el uso continuo?
- ¿Se podría obtener un reemplazo en caso de necesidad?
- ¿Cuál es la audiencia a quien se dirige?
- ¿Es este método siendo usado en otro lugar cercano con éxito?
- ¿Cuál es la experiencia con este método en lugares similares?
- ¿Cuánto costará construir, y luego mantener?
- ¿Será aceptable para el público? ¿No es muy extravagante o intrusivo?
- ¿Qué impacto tendrá sobre el visitante, y del visitante sobre ello?
- ¿Qué impacto tendrá sobre el medio ambiente donde estará usado?

II. Otras consideraciones a tomar en cuenta:

A. En cuanto al visitante:

- ¿cuáles son las actividades o comportamiento que se desea cambiar, o inculcar en el visitante?
- el método debe dirigirse a un máximo posible de tipos de visitantes;
- el método debe hacer sentir cómodo al visitante;
- el método debe tomar en cuenta el tiempo que dispone el visitante en el lugar;

INTERP. C3d-2

- el método debe asegurar que no inducirá al visitante a meterse en situaciones peligrosas o difíciles;
- el método debe proporcionar variedad para mantener interés;
- el método debe contener el mensaje que se desea comunicar.

B. En cuanto al recurso:

- el tema del método debe reflejar los recursos naturales y culturales del sitio;
- el método debe asegurar que el uso por los visitantes no afecte negativamente al medio ambiente;

C. En cuanto al método en sí, hay que considerar:

- su disponibilidad;
- su costo;
- su relación con lo que se desea interpretar;
- posibilidad de mantenimiento adecuado;
- impacto del clima y el medio ambiente en general;
- el método debe reflejar el tipo de actividad requerida.

INTERPRETACION AMBIENTAL

SECCION II: LA INTERPRETACION PERSONALIZADA

Tema 4

**ORGANIZACION, ESTRATEGIAS, Y METODOS DE
LA INTERPRETACION PERSONALIZADA**

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Describir los métodos de interpretación personalizada, y las ventajas y desventajas de cada uno para la situación de su AP.
2. Diferenciar entre interpretación personalizada y no-personalizada.
3. Reconocer sus habilidades personales en cuanto a la interpretación personalizada.
4. Usar con éxito las varias técnicas de interpretación personalizada.

REFERENCIAS:

Ham, 1992; Morales, 1992; Sharpe, 1982, Capítulos 7, 8 y 9; Grater, 1976, Capítulos 4 y 5; Lewis, 1980.

PRESENTACION:

1. Profundice sobre las ventajas y desventajas de la interpretación personalizada, indicando que por lo general, si las condiciones económicas y de personal son adecuadas, es mejor la interpretación personalizada, especialmente si tomamos en cuenta los principios básicos de la interpretación expresadas por Tilde (Ver Apuntes, Tema 1.) Un buen intérprete puede cumplir con estos principios mucho mejor que otros medios no personalizados.
2. Utilice los Apuntes que acompañan este tema como plan de clase; donde existen preguntas, hacer que los participantes las contesten, y que sus respuestas sean guiadas según el contenido de los Apuntes. Luego se les entrega los Apuntes para que los puedan usar en el futuro.

ACTIVIDADES:

Utilice el Apunte 4a para este tema, en el cual hay varios ejercicios para utilizar las técnicas presentadas.

NOTA: En el Apunte 4a se en texto incluye muchos ejemplos tomados del Argentina. Adapte el texto utilizando ejemplos de su propio país.

Puede tomar el Apunte 4b y distribuir los roles entre algunos de los participantes. Sea Ud. el intérprete, y dramatizar juntos este cuento. Luego dejar que otro actue de intérprete, y analice su actuación como si fuese un

INTERP. C4-2

caso real.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo A (Orient.): Temas 9 y 12

Módulo D (Manejo): Tema 8

Módulo E (Admin.): Temas 4,6 y 7

Apunte 4a

**COMPONENTES, METODOS Y ESTRATEGIA DE
LA INTERPRETACION PERSONALIZADA**

(Tomado de: Lichter, V, y Da Re, Silvia. 1983. MANUAL DE INTERPRETACION.
Administración de Parques Nacionales de Argentina)

I. COMPONENTES DE LA INTERPRETACION PERSONALIZADA: Usted., el Visitante y el Parque.

A. Usted

1. ¿Por qué fueron empleados Uds.? (los estudiantes contestan.)
2. Suposiciones.
 - ¿Por qué conoce Ud. la historia natural?
 - ¿Por qué Ud. se preocupa por la gente?
 - ¿Por qué Ud. ama la vida y la ecología?
 - ¿Por qué quiere Ud. que el visitante esté mejor informado?
 - ¿Por qué a Ud. le gusta compartir con otros?
3. Características de un buen intérprete
 - creer que todo el mundo tiene derecho a su ayuda.
 - actuar con cortesía incluso ante preguntas estúpidas.
 - preocuparse de su buen aspecto.
 - tomar la iniciativa para establecer buenas relaciones y establecer el proceso de comunicación.
 - ser gentil, calmado pero firme.
 - ser animado, entusiasta, creativo, inventivo.
 - ser seguro de sí mismo pero no presumido.

B. El Visitante

1. Características. Hay que saber quién es el visitante para poder preparar actividades eficaces. Cuál es su educación, estado social, edad, experiencias como viajero, si es extranjero, si ha venido antes, ocupación, etc.
2. ¿Por qué vienen los visitantes a su parque?
 - recrearse, pescar, almuerzo campestre, disfrutar de panoramas espectaculares, salir de la ciudad.
 - recibir instrucciones o educación (Pregunta: ¿Ud. cree que los visitantes saben qué es un guardaparque y su función? ¿Vendrán voluntariamente los visitantes a los programas interpretativos?)
3. ¿Para qué involucrar a los visitantes en actividades interpretativas?
 - para aprender algo que de otra manera no sería posible.
 - para estar con alguien que se comunica con ellos.
 - para hacer conocido lo desconocido.

INTERP. C4a-2

- para repetir experiencias buenas que han tenido antes.
- para satisfacer su curiosidad.
- para hacer ejercicio físico mientras aprenden.
- para aprender cómo aprender más.
- para conocer otros visitantes en un ambiente íntimo.
- para encontrar nuevos significados, revelaciones, inspiraciones.
- para descansar.
- para tener una experiencia estética y agradable.
- para experimentar una provocación a través de la instrucción.
- para divertirse.

4. ¿Cómo aprendemos mejor? Suposiciones.

- a. Los visitantes aprenden mejor con experiencias de primera mano.
- b. Los visitantes aprenden mejor cuando una experiencia es cercana a ellos en el tiempo y el espacio. Ejemplo: "Esa roca sedimentaria contiene un fósil de 4 millones de años de edad. Fué depositada en un gran mar que cubrió una cuarta parte de los EE.UU. Mejor: "Si un gran geólogo, estudiando ese estrato o capa, lo encontró en Tejas o Nuevo México, ¿qué nos sugiere esto?"
- c. Hacer recordar en lugar y tiempo lo que se ha aprendido es una idea recordada por más tiempo. También ayuda la memoria y permite que el visitante haga el repaso de ideas.
- d. Una actividad bien organizada será mejor recordada por los visitantes.
- e. Aumentar las maneras de cómo el visitante puede observar algo, en vez de observar muchas cosas de una sola manera. Ejemplo: En vez de observar únicamente la forma y color de una hoja, explorar también nervaduras, puntos, bases, textura y color.
- f. Aprenden mejor utilizando todos los sentidos. (Recuerde: Retenemos 10% de lo que escuchamos, 30 % de lo que leímos, 50% de lo que vemos y 90% de lo que hacemos.)
- g. Cuando los visitantes descubren por ellos mismos, aprenden y disfrutan más.
- h. La competencia amable estimula el aprender.
- i. Cuando uno sabe la utilidad de los conocimientos, el aprender es más eficaz.
- j. El uso de preguntas puede aumentar el aprendizaje.
- k. El aumento de las expectativas antes de la actividad enfoca la atención del visitante.
- l. La manera en que respondemos al visitante afecta su aprendizaje.

5. Suposiciones sobre el visitante que nos sirven de guía para seleccionar alternativas interpretativas.
 - a. Los visitantes y los parques son diversos y requieren una variedad de modos interpretativos.
 - ¿Qué grupos sociales visitan su parque: familias, viejos, jóvenes, extranjeros, gente reputada?
 - ¿Como puede utilizar esa información?
 - b. Normalmente, los visitantes esperan un ambiente agradable y calmado.
 - c. La información interpretativa debe ser fácil de entender.
 - use ejemplos que estén dentro de la experiencia del visitante.
 - use un idioma informal, minimize los nombres científicos.
6. Retroalimentación
 - ¿Cómo sabemos si somos buenos intérpretes? Ponga atención al visitante. El le ayudará a saberlo.

Indicios del auditorio sobre nuestra eficacia:

- muestran humor.
- mantienen contacto visual.
- ponen expresiones positivas en la cara (no aburridos).
- se incluyen verbalmente en la actividad, hacen preguntas.
- indican alguna reacción emocional.
- toman notas.
- piden más información después de la actividad.
- utilizan la información presentada para expresar conceptos más profundos que Ud. esperaba.
- repiten la experiencia otra vez.
- regresan otro día, traen otras personas.
- escriben cartas laudatorias.

C. El Parque Nacional, u Otra Area Protegida

1. La razón de porqué vienen los visitantes.
2. Hay 20 parques argentinos. ¿Por qué fueron creados?
3. ¿Cuáles son los significados mayores de cada parque?
4. ¿Cuál es la estrategia de crear un sistema de parques?
5. Cada parque tiene sus propias subdivisiones o temas separados. Búsquelos pero también busque las interrelaciones.
6. Las respuestas de esas preguntas lo ayudan a preparar programas

INTERP. C4a-4

interpretativos.

7. **Ejercicio:** Apunte las ideas básicas sobre las razones de la creación de su parque nacional.

II. LAS MECANICAS DE LA INTERPRETACION AMBIENTAL

A. Selección de métodos interpretativos (Ver Tema 3)

1. ¿Cuáles son los objetivos de la actividad o programa?
2. ¿Cómo quiere que cambie el visitante (su actitud, comportamiento)?
3. ¿Qué quiere comunicar?
4. ¿Qué factores ambientales deben ser considerados?
5. ¿Cuáles son las preguntas más comunes en el parque?
6. ¿Es su propia preparación educacional suficiente? ¿Qué recursos tiene disponibles (archivos, biblioteca, artefactos, etc.)?
7. Hay que seleccionar el mejor medio, según su actividad.

III. SERVICIOS INTERPRETATIVOS PERSONALES ESPECIFICOS

1. **Interpretación Ambulante** (impromptu)

a) **Definición:** Es una actividad informal donde el intérprete hace contactos más o menos al azar con visitantes.

b) **El uso:** En las AP donde todavía no hay un espacio para acampar ni sitios preparados para ello la interpretación ambulante puede ser el medio más apropiado y eficaz. Como intérprete, Ud. puede saludar informalmente a un grupo o familia, atraer su interés y caminar con ellos conversando con suficiente fuerza para poder atraer a otros. Otro ejemplo sería escoger un mirador en algún punto de interés y llevar algunos objetos (pieles, huesos, rocas metamórficas, etc.) de interés para atraer la atención de la gente. Charlar informalmente con los individuos o grupos que llegan.

c) **Otras consideraciones:** Este medio interpretativo puede ser de gran éxito y no requiere mucha preparación. Pero de todos modos, la interpretación ambulante es realmente una actividad planificada que cumple ciertos objetivos. Como una ayuda, consiga una pequeña mochila o bolsa para llevar sus objetos.

2. **Caminatas conducidas**

a) **Definición:** Por lo general, duran de más de treinta minutos hasta excursiones de 3 ó 4 horas. El intérprete actúa como líder, organiza a los visitantes y dirige sus acciones.

b) **Ventajas:** Menos estructura que charlas formales. El intérprete puede ser informal y acogedor en su manera.

c) **Preocupaciones:** Mover la gente de un punto a otro, manteniendoles en grupo; interpretar durante la caminata. Mantener un número razonable de participantes, de a 15-20 personas es lo ideal, 30 a 40 sería demasiado para ser eficaz.

d) **Antes del comienzo de la caminata**

- Llegue por lo menos 10 a 15 minutos antes del comienzo.
- Platique informalmente para establecer un ambiente acogedor
- Revise a los visitantes a ver si están preparados para la caminata (botas, abrigos, almuerzos, paraguas, etc.)
- Muestre a los participantes que Ud. hablará **con** ellos y no **a** ellos.

e) **El comienzo**

- Empiece a la hora definida, esto muestra respeto hacia los visitantes.
- Sea un líder firme pero gentil.
- Preséntese así mismo, salúdelos en nombre de su agencia. Mencione algunos datos personales interesantes sobre si mismo.
- Dé oportunidad para que los visitantes también puedan presentarse ante el grupo.
- Diga a los participantes por donde van a ir, por cuanto tiempo, condiciones del tiempo, dificultades que encontrarán, seguridad, que las familias estén juntas, etc.
- Hacer lo máximo para que todos participen.

f) **Progreso por el sendero**

- Generalmente en una caminata de 1 ó 2 horas es mejor hacer menos paradas y más cortas. Así se mantiene el sentido de descubrimiento constante y hay menos oportunidad de que los visitantes se aburran.
- Pida y observe la retroalimentación del grupo para averiguar si su velocidad es adecuada según la capacidad del grupo.
- Establezca un ambiente acogedor.
- Con grupos grandes (más de 30 personas) haga menos paradas. Cuando paren camine hacia el centro del grupo para que todos lo escuchen bien.
- Preocupese del confort del grupo. Por ejemplo busque sombra si el día está muy soleado.
- Al regresar pare antes del punto donde comenzaron, dé su clímax interpretativo y despídase.

INTERP. C4a-6

- Siempre quede a la cabeza del grupo.
- Recuerde hablar con los últimos y trate de mantener contacto visual con todos.
- Hablar con un grupo grande mientras se está caminando es difícil y debe ser evitado.
- Cada vez que haga su caminata busque varias rutas para hacerla cada vez diferente y así mantener su propio entusiasmo.

g) **Otras consideraciones**

- Conozca bien el sendero, sus condiciones e inventario de rasgos naturales. Tenga un buen tema con buena organización, materiales para apoyar, revise las técnicas interpretativas. ¡Esté listo!
- Practique Ud. mismo la conservación. Por ejemplo, recoja un poco de basura y échela en el basurero. Es un buen ejemplo para el visitante sin decir una palabra.
- Lleve materiales que apoyan su tema (binoculares, listas de plantas, pájaros, libros de identificación, etc.).
- Asegúrese del estado de todos los miembros del grupo. Pida a alguien que vaya al final y que le avise si algunos se alejan del grupo.
- Incluya en su introducción un mensaje sobre seguridad. (Culebras, insectos, plantas venenosas, etc.).
- En caso de accidentes. Ud. es el responsable del grupo y de la persona herida. Pídale al grupo que regrese solo si el retorno no es difícil, o designe a un líder con experiencia. O tal vez Ud. tenga que regresar y dejar al herido con voluntarios.
- Aclimatación. Una palabra que nos guie para dejar que los visitantes mismos tengan experiencia con la naturaleza en vez de explicar todo con palabras.
- Cuando niños acompañen al grupo, déles algunas tareas específicas: contar los miembros del grupo, buscar objetos naturales, sentir la corteza de un árbol, etc.

h) **Caminatas de larga duración (más de 2 ó 3 horas)**

- ¿Qué condiciones especiales encontrará el grupo? (lluvia, nieve, hielo, condiciones resbalosas, etc.)
- ¿Existe suficiente variedad en el terreno para mantener el interés de los participantes?
- Emergencias. ¿Lleva botiquín?
- Dar al grupo una explicación de "ética de áreas silvestres" (disposición de aguas negras, uso de fogatas, basura "lo que trae adentro, lo lleva afuera").
- Hay que estar sensible a las capacidades de los miembros del grupo. Ud. es el experto. Y tiene que decidir quien no debe hacer la excursión.

3. **Excursiones en botes o lanchas - consideraciones**

- a) Su auditorio está cautivo;
 - ventaja: por fuerza tiene que escucharle
 - desventaja: si no quieren escucharle
- b) Hay que ser muy sensible a las necesidades del grupo.
 - Provea amplio tiempo para apreciar y recrear.
- c) Excursiones largas
 - Reuna informalmente con grupos pequeños, en vez de transmitir un mensaje a todos. Estimule preguntas.
 - Evite bromas o cuentos no apropiados.

4. Charlas

a) **Definición:** Charlas son actividades más formales donde el intérprete está en un sitio fijo (como en un auditorio) y da información a un grupo de personas. Las charlas pueden ser dadas con o sin audiovisuales.

b) **Consideraciones:**

- Este tipo de actividad en un ambiente acogedor, como un AP, son muy populares y agradables.
- Uso de audiovisuales

Ventajas: Hay más "show" (espectáculo) cuando hay transparencias, sonido, etc. La gente pone más atención. A veces es más fácil transmitir ideas complicadas.

Desventajas: El equipo es costoso, necesita de energía eléctrica, el equipo a veces funciona mal. A veces el "show" es el objeto y no el mensaje. Las deficiencias se deben más a la técnica que al medio.

- Si su AP no ha tenido éste tipo de actividad, aquí hay algunas sugerencias.

- Si no hay auditorio - seleccione un sitio natural como auditorio. Por ejemplo, un sitio cerca de un área de acampar o de almuerzo campestre, cerca de un lago muy visitado, etc. Nota: las charlas pueden ser dadas en un aula de algún pueblo cercano pero obviamente pierden su "ambiente".

- Provea asientos, si es posible. Los troncos sirven bien y generalmente se encuentran fácilmente. Una fogata es un elemento que ayuda a establecer un ambiente informal y acogedor. Los troncos deberían ser situados

INTERP. C4a-8

semicircularmente con el intérprete de frente y la fogata al lado. Prenda la fogata 15 minutos antes del comienzo para atraer la atención.

- Mantenga la charla corta, de preferencia de menos de 45 minutos. Recuerde: "la mente absorbe en proporción a lo que las nalgas aguantan".

- Mantenga la espontaneidad - use canciones, preguntas y respuestas, comparta experiencias, etc.

c) **La charla misma**

-- Antes

- Publicidad - como atraer al público. Periódicos, carteles, boca a boca, contactar gente en sitios de acampar o de almorzar.

- Llegue temprano para asegurarse de su preparación, platique informalmente con personas, fogata, etc.

- Platicar antes tiene sus ventajas

- establece un ambiente informal y acogedor
- unifica el grupo
- baja su propia nerviosidad
- predispone el humor del auditorio
- le da información útil para su introducción

-- Después de la charla, dé un tiempo para preguntas, retroalimentación, pláticas informales.

-- Entrevistas

- Una entrevista puede ser una estrategia eficaz como parte de su charla. Ejemplo: A un antiguo poblador o empleado "¿Cómo era el parque nacional hace 50 años?"

- Escriba un bosquejo antes para una mejor organización.

-- Preguntas y respuestas

- hágalo como introducción a la charla
- a veces necesitan ser provocadas
- manténgalo breve
- prepárese para atender sujetos controvertidos
- anticipe las preguntas más comunes
- pueden ser utilizadas eficazmente para discutir principios.
- le dan oportunidad de hablar sobre otras actividades en el parque.

5. Demostraciones en áreas naturales

a) **Definición:** una demostración es una actividad dada en un sitio fijo de un proceso o donde objetos naturales son utilizados como parte integral del programa. Generalmente las demostraciones son dadas a pocas personas.

b) Consideraciones:

- Asegúrese que los objetos sean visibles para todos.
- Sosténgalos en frente para mantener siempre el contacto con los ojos de los participantes.
- Sitúe a los participantes lo más cerca posible para incluirlos mejor y tener intimidad.

c) Tipos de demostraciones

- Orientadas hacia el futuro o pasado
 - Pasado - demostrar como sobrevivieron los indígenas en climas tan duros
- Cómo pescar, fotografiar a la naturaleza, montañismo, navegar en canoa, empacar mochilas, usar brújula, etc.
- La participación del grupo es importante, entonces el tamaño del grupo debería ser limitado.
- Las demostraciones al final de cuentas deben relacionarse con principios básicos. Ejemplo: Cómo pescar puede relacionarse con el concepto de la salud del lago y la contaminación de nuestras aguas.
- Interpretación de cielo: ¿Porqué?
 - el clima es afectado por el sol
 - entendimiento geológico del origen de la tierra
 - distinguir entre el cielo en la ciudad y en el AP
 - la tierra como parte del universo
 - apreciación de la fragilidad del "Cohete Tierra"
 - formarse una idea del ser humano desde tiempos pasados y su sistema de valores.

6. Elementos específicos para la interpretación eficaz

1) Organización de los programas interpretativos

a) Escoger un tópico

- usualmente una palabra o idea. Ejemplo: geología, plantas, vida silvestre, ecología, historia, glaciología, meteorología, etc.
- ¿Cuáles son aquellos rasgos principales de su AP que le interesan en especial?

b) Escoger un tema

- tener solamente el tópico no es suficiente, si es demasiado

INTERP. C4a-10

- amplio hay que definir o enfocar más.
- la selección de un tema es importante para la organización efectiva
- el tema en una sola frase, es un resumen de su programa entero. Si su programa está bien organizado su auditorio debería reconocer el tema fácilmente
- el tema debería:
 - ser escrito como una frase breve, simple y completa
 - contener una sola idea
 - revelar el propósito global de su presentación
 - ser específico
 - ser escrito de una manera interesante y motivadora.
- Un tema motiva la interpretación profunda y define y enfoca el tópico.
- Ejemplos de temas interpretativos:
 - * la mayor parte de la vida depende del sol
 - * algunos eventos históricos importantes ocurridos en el parque nacional Tierra del Fuego
 - * el mosquito juega un papel importante en la naturaleza
 - * un glaciar esculpió este valle
 - * la vida silvestre de la Patagonia necesita adaptaciones especiales para sobrevivir en un clima tan duro.

c) **Objetivos**

Una vez que escogió su tema hay que decidir lo que desea que los participantes aprendan. Como resultado de su esfuerzo, ¿qué es lo que ellos deben hacer o conocer?

Los objetivos deben:

- traducir su intención
- describir el comportamiento al final que se desea del visitante
- dar frases claras para cada objetivo
- usar palabras sujetas al mínimo de interpretación
- ayudar a seleccionar material y a bosquejar su programa
- especificar hasta qué nivel el participante debe llegar para ser considerado aceptable.

Ejemplos: (mal): Apreciar el papel de los glaciares en la naturaleza
(mejor): Formar por lo menos 3 razones de cómo los glaciares formaron ese paisaje
(mal): ¿Para qué el visitante debe entender el papel de los bosques en su vida?
(mejor): Los visitantes podrán hacer contrastes entre los efectos de las aguas en un bosque virgen y otro talado
(mal): Para conocer y apreciar la ecología marina
(mejor): Describir y comparar la vida marina local: según sus hábitos de alimentación, métodos reproductivos y habitats.

d) **Desarrollo del tema**

Es una gran ayuda hacer con anticipación un bosquejo de su programa.

Por ejemplo: Introducción; Tema; Desarrollo del Tema; Conclusión.

I. La Introducción

- varía según el tipo de actividad
- si es eficaz creará un ambiente favorable
- necesita crear interés en su tema, captar la imagen
- clarifica el propósito de su presentación.

II. Tema (Ejemplo): los volcanes pueden ser de beneficio a los seres humanos.

Objetivo - al final de la charla los visitantes podrán describir por lo menos dos razones de cómo los volcanes benefician sus vidas.

III. Desarrollo del tema

- las laderas y valles arbolados proveen cuencas hidrográficas
- el agua de lluvia que cae en las cuencas es liberada paulativamente y fluye a nuestras casas
- las erupciones periódicas a largo plazo, proveen nutrientes al suelo y mejoran las cosechas.

IV. Conclusión

Cada sección principal puede ser desarrollada aún más por medio de herramientas como audio visuales, demostraciones, cuentos, objetos naturales, etc.

El desarrollo del tema puede ser organizado:

- tópicamente: cuando el orden no es importante
- cronológico: especialmente en temas históricos o geológicos
- orden de climax: tragedias de carácter histórico
- orden de espacio: habitats de plantas
- orden de proceso: demostraciones (como hacer mate).

Como crear un ambiente favorable en la introducción

- Prometer conocimientos valiosos. Ejemplo: "¿Que haría Ud. si se encontrase un oso con cachorros?" "¿Qué haría Ud. si se encontrase con una serpiente dentro de su tienda de campaña? (destreza para sobrevivir)
- Estimular la curiosidad. Ejemplo: "¿Sabían Uds. que existe un animal en este bosque que puede pronosticar la severidad del próximo invierno?"
- Referir a los intereses corrientes del visitante. Ejemplo: tal vez el

INTERP. C4a-12

auditorio es un poco molestado por los mosquitos. Esto sugiere un discusión sobre cadenas alimenticias y la interdependencia de la vida.

- Responder al humor o disposición de los participantes. Ejemplo: si están de buen humor, respóndales con buen humor. Si están de mal humor, tal vez necesitan una introducción más larga para crear un ambiente más receptivo.
- Referir a los intereses especiales de los visitantes. Ejemplo: Sugiere cosas que pudieron hacer en su parque, las caminatas, otras actividades, etc.
- Condicionar al auditorio para apoyar al concepto de parques nacionales.

Como crear interés en su tema

- Hacer preguntas que estimulen. Ejemplo: "¿Ud. sabía que únicamente la hembra del mosquito pica?" "¿Ud. sabía que ese río nos permite tomar agua pura en Buenos Aires?" "¿Qué es lo que causa que un glaciar se mueva?"
- Use declaraciones pocos comunes. Ejemplo: "Ese glaciar se mueve más rápido que cualquier otro en el mundo".
- Cuente un cuento personal. Ejemplo: "Yo recuerdo bien cuando me perdí en la montaña...."
- Refierase a un problema. Ejemplo: Civilizaciones pasadas fallaron debido al mal uso de la tierra. ¿Qué lección nos da esto?
- Use ilustraciones narrativas. Citar una sección de algún libro famoso sobre su parque o zona, pero sea breve.

Conclusión

Ofrezca un sumario de sus puntos principales o repita los temas. Haga preguntas sobre el futuro. Trate de tener una frase fuerte y memorable al terminar.

Como poner "carne" en su bosquejo

- 1) Material que apoya
 - a) contar hechos para apoyar sus ideas
 - b) usar anécdotas y ejemplos
 - c) hacer comparaciones y contrastes
 - d) recitar citas
 - e) usar narración
 - f) usar materiales visuales - mapas, artefactos, hojas, etc.

2) Selección de lenguaje

- a) Transiciones. Bosquejar ideas precedentes, establezca relación entre lo que precede y lo que sigue. Frases cortas sirven como transiciones. Ejemplo: "Esto sugiere. En contraste. Una situación paralela. Mientras tanto".
- b) Palabras entendibles. Use términos que el hombre común entiende pero no hable demasiado sencillo tampoco. Use pocos términos técnicos pero siempre explíquelos. Evite el uso de nombres científicos.
- c) Use lenguaje amable. Cuando damos una charla memorizada suena muy artificial. Memóricese su bosquejo nada más.
- d) Use palabras concretas y no abstractas.

La pronunciación

- a) Sea entusiasta. El ser dinámico es un factor de mucha importancia en la comunicación eficaz.
- b) Use variación en el tono de su voz. A veces suene con fuerza, a veces, callado o acogedor.
- c) Sentirse confiado. Si conoce su material y está bien preparado, esto sucede especialmente.
- d) Ser físicamente directo. Contacto directo, ojo a ojo.
- e) Usar el cuerpo para expresarse también. Sea espontáneo. Ayude a visualizar lo que dice con palabras.
- f) Sea acogedor, casual, informal, afable.

**IV. TECNICAS PARA LA INTERPRETACION PERSONALIZADA AUN MAS EFICAZ:
LAS TRES ESTRATEGIAS.**

- A. El Preguntar - utilizado para envolver los visitantes. Es una herramienta intelectual por la cual el intérprete puede obtener el comportamiento deseado en el visitante.
- B. El Estructurar - se da al visitante antes del programa alguna idea que pueda generar expectativas sobre la actividad. ¿Que va a pasar con él?
- C. El Responder - se trata de la manera en como el intérprete responde a las respuestas del visitante. Eso tiene mucho que ver con: como él visitante piensa, su relación positiva con el intérprete, su actitud hacia el parque, etc.

A. Estrategia: El Preguntar

Preguntas deben inducir a los visitantes a pensar y , entonces obtener significados sobre el ambiente. Su habilidad en usar preguntas determina el tipo y calidad de los significados adquiridos por el visitante. Hay tres niveles de preguntas:

a) Preguntas para Recordar. Definición: hacen que los visitantes recuerden algo aprendido antes, encausándolos identificar o describir algo que pueden observar directamente. Palabras indicadoras: Qué, dónde, quién, etc. Ejemplos:

"¿Cuáles son los minerales encontrados en granito?" "¿Quién descubrió América primero?"

b) Preguntas para Analizar. Definición: hace que el visitante analice, compare, o razone. Ejemplos:

"Ya que hemos encontrado fósiles y roca sedimentaria aquí, ¿qué se puede deducir sobre esas colinas?"

"¿Cuáles es la diferencia entre la cabeza de una culebra venenosa y de una no venenosa?"

c) Preguntas de Profundo Nivel. Definición: hace que él visitante pronostique, evalúe, aplique información. Ejemplo:

"¿Qué sucedería a esta zona si las ovejas fueran permitidas pastar acá?"

"¿Piensa Ud. que los parques nacionales valen la pena considerando el dinero gastado en ellos?"

"Ya que hemos aprendido sobre roca sedimentaria, ¿pueden buscar otros ejemplos alrededor de nosotros?"

d) Filosofía del Preguntar

Los tres niveles de preguntas envuelven a los visitantes en niveles más profundos de pensamiento. Solamente recordar nombres, fechas y terminología es el nivel menos profundo y serán olvidados pronto. El analizar ayuda al visitante a ver relaciones entre hechos. Cuando el intérprete asiste al visitante a llegar a un mayor desenvolvimiento intelectual, es cuando el visitante adquiere el mayor beneficio. Nota: Formular preguntas con cuidado, si hay demasiadas o son confusas las respuestas del visitante serán inapropiadas, simplemente el visitante no responderá.

e) Como Reconocer Niveles de Pensamiento

El recordar. Tipos de pensamiento a ese nivel. Ejemplos:

"¿Cuáles son las provincias que bordean a Chubut?" **Listar o nombrar**

"¿Qué siente cuando toca la culebra?" **Describir**

"¿Cuál es la definición de interdependencia?" **Definir**

"¿Qué hizo el guardaparque en la película?" **Observar**

"¿Cuál es el nombre de ese pájaro?" **Identificar, nombrar**

"¿Qué hacen los ciervos de noche?" **Recordar**
"¿Cuántos de Uds. van a comprar boletos hoy?" **Contar**
"¿Pueden ver la garza azul dentro de la bandada de cigueñas?"
Seleccionar

El Analizar. el propósito es que el visitante haga alguna relación entre hechos o información recordados. Ejemplos:

"¿Cómo comparan la textura de las muestras de roca?" **Comparar**
"¿Cómo puede explicar como Cristóbal Colón llegó a creer que se pudiera llegar al oriente al navegar hacia el oeste?" **Explicar**
"¿Cómo afectó el glaciar la dirección de flujo del lago?" **Causa y efecto**
"Ya hemos visto lo que sucedió cuando añadimos agua en este musgo. ¿Que significan los resultados?" **Inferir**
"¿Pueden poner en grupos los objetos que un imán puede levantar?"
Clasificar
"¿Cómo podemos resolver el problema de animales exóticos en el parque?"
Resolver problemas
"¿Cómo puede agrupar las rocas según su dureza?" **Ordenar**
"¿Hay algo que podemos hacer para probar su idea?" **Experimentar**
"¿Qué objeto de la cocina es parecido al geysir?" **Analogía**

Preguntas de Profundo Nivel. Las preguntas de esta estrategia intentan causarle al visitante superar el concepto ya desarrollado y usarlo en una situación nueva o hipotética. Ejemplos:

"¿Qué podemos decir sobre los países dependientes en un solo producto agrícola?" **Generalizar**
"¿Qué sucedería si una área de presión alta de la atmósfera pasara por acá?" **Pronosticar**
"Si nuestra tasa de crecimiento de población sigue igual como hoy, ¿cómo sería nuestra vida en 20 años?" **Predecir**
"¿Ud. puede imaginar como se sentiría si fuera ser un caiman caminando por la hierba del pantano, y viera a nosotros?" **Imaginar**
"Puesto que la cantidad del calor afecta las moléculas, ¿qué sucede cuando una piedra se calienta en el sol?" **Predecir**
"¿Qué considera Ud. la mejor solución para disminuir el impacto turístico en esta área tan frágil?" **Evaluar**
"Después de lo que hemos discutido hoy sobre adaptaciones de animales, ¿puede encontrar otros ejemplos durante el resto de nuestra caminata?"
Aplicar un principio.

Otras Ayudas en Reconocer Niveles de Preguntas

El Recordar. Un indicio que ayuda para esa estrategia son preguntas en el tiempo pasado: "¿Qué vio?", "¿Cuándo salió?", "¿Cuáles eran los nombres?", "¿Cómo fue arreglada la mesa?".

El Analizar. Encontrará una ayuda usando el tiempo presente: "¿Cómo podemos resolver ese problema?". "¿Cómo comparan estos dos objetos?", "¿Porqué cree que es así?"

El Profundo Nivel. Usar verbos en subjuntivo y condicional: "¿Qué sucedería si....?", "¿Qué hiciera el parque si....?" Otro indicio es una pregunta que pide juicio de valores: "¿No sería **mejor** si fuéramos por allí?", "¿Cuál sería la solución más **justa**?", "¿Cuál parque **prefiere**?"

Ejercicio para identificar niveles de preguntas

1. ¿Qué ve en la superficie de esa piedra?
2. ¿Cuál es la diferencia entre las piedras que vemos aquí y las del cañón donde comenzamos?
3. ¿Cómo explicaría porque las tortugas marinas siempre vuelven a lá misma playa a nidificar?
4. ¿Cómo explica que los fósiles se encuentren tan alto en las montañas?
5. ¿Cómo es posible que ese glaciar que siempre avanza esté más lejos de nosotros que el año pasado?
6. ¿Qué es una morena?
7. ¿Qué sucedería a los Andes si regresáramos a otra época glacial?
8. ¿Qué países bordean Argentina?
9. ¿Qué está haciendo el elefante marino?
10. ¿Quién puede resumir los hechos que aprendieron sobre glaciares?
11. ¿En qué sentido son diferentes los indígenas de la montaña y de la costa?
12. ¿Cómo serían sus vidas si no tuvieran todo el agua que necesitan?
13. ¿Por cuáles razones cree que las tribus pelearon entre si?
14. ¿Hay otras ideas del porqué las indígenas desaparecieron tan rápidamente?
15. ¿De lo que hemos discutido, ¿cuáles son los leyes que las dos formas de gobierno tienen en común?
16. ¿Qué tal serían nuestras vidas sin leyes?
17. ¿Cuáles son las partes de una flor?
18. ¿Cómo comparan pinos y cactus?
19. ¿Qué sucedería a un pez de agua salada si lo ponemos en un tanque de agua dulce?
20. ¿En qué forma son diferentes y similares profesores y interpretes?
21. ¿Qué pronostica Ud. sobre el futuro de ese parque?
22. ¿Porqué es importante eliminar animales domesticos del parque?
23. ¿Qué sucedería en ese parque si la ganadería fuera permitida?

Ordenación de los Niveles de Preguntas.

Los visitantes aprenden mejor cuando hay un orden para los niveles de las preguntas. Los visitantes no pueden analizar sin información básica como la dada en las preguntas para recordar. Si no pueden analizar datos no pueden aplicarlos o sea no pueden llegar a niveles más profundos de pensamiento. Entonces los niveles son acumulativos.

Una manera eficaz para planear su programa es comenzar con preguntas de recordar, las cuales permiten que el visitante haga observaciones y colecciona información. Después, levante el nivel y use las preguntas de analizar dejando que él visitante haga comparaciones y análisis. Al final

del programa levante el nivel aún más, hasta las preguntas de pensamiento profundo en las cuales el visitante aplica lo que ha adquirido hasta el momento. Su actividad se vería así:

nivel profundo
 analizar ____/____/
 recordar ____/

Cuando su actividad está ordenada así, en forma de gradas, los visitantes continúan participando y su contribuciones son más pertinentes al tópico, derivan más significados. Hay diferentes variaciones de las "gradas" que se pueden utilizar en situaciones distintas.

Planificación de una Actividad para Aumentar Entendimiento

Un intérprete si quiere lograr éxito en su actividad utilizará los varios niveles de pensamiento. Hay que planificar la actividad de una manera lógica. Aquí hay una tabla que ayudará en esa tarea. Primero hay que conocer el parque y saber los significados que desea impartir al visitante. Debajo hay un ejemplo como llenar la tabla:

Significados	Preguntas
1. Para observar las características	¿Notan Uds. alguna diferencia de tipos de bosque (recordar). entre este y el otro lado del río? ¿Hay un cambio en los riachuelos que vemos? ¿Hay diferencia en la vegetación?
2. Para distinguir entre un área talada y un area natural (analizar).	¿Cuál fue la causa de los cambios?
3. Predecir los efectos en el parque si la tala no fue detenida (profundo nivel).	¿Qué les sucedería a los ríos y a su agua si taláramos todos los bosques?

B. El Estructurar

Definición: El objetivo de estructurar es dar al visitante, frente a un programa, una idea acerca de que es lo que va a pasar con él. Los intérpretes establecen estructuras en las maneras siguientes:

- a) verbalmente; b) no verbalmente - comunicando por medio de gestos, u otras señales del "cuerpo"; c) por impresos - señales, panfletos, etc.; d) por logística -organizando grupos de la gente.

La Estructura Verbal

Los significados aumentarán si el intérprete claramente comunica propósitos, direcciones, tareas, reglas, etc. antes de la actividad. Ejemplos:

- La caminata comenzará en 10 minutos
- Vayamos ahora hasta la próxima parada
- Por favor no toque las formaciones geológicas
- Júntense para ver mejor este insecto.
- Deseo que cada uno de Uds. piense en lo que hemos discutido hasta ahora y diga al grupo el hecho que más le impresionó.

La Estructura no Verbal

Por medio de gestos del cuerpo se da directrices al visitante.

La Estructura Logística

Hay ciertas maneras posibles para organizar visitantes de modo de aumentar la comprensión de los significados. Los modelos que se usan dependen del tipo de actividad que se planifica. Hay siete estructuras logísticas.

1) Tarea para el grupo pequeño.

Es un modo logístico para envolver a los visitantes en varias experiencias. Este modelo permite que cada persona pueda contribuir a la actividad. Ejemplo:

"Quiero que Uds. 4, como grupo A, busquen un ejemplo de un consumidor en este bosque. Uds. 4, en grupo B, busquen para una muestra de un descomponedor, y grupo C - Uds. 3, busquen un ejemplo de productores. Reúnanse en 15 minutos para discutir las observaciones".

Sugerencias par asegurar el éxito de este modelo.

- asegurar que la tarea esté bien definida y entendida
- proveer los recursos, objetos, herramientas necesarios
- averiguar el progreso de los grupos
- mantener una cuota de tiempo necesaria
- permitir que el grupo mayor tenga chance de comunicar
- delinear los papeles de los individuos
- evaluar funcionamiento del grupo.

Graficamente la estructura logística del grupo pequeño, se vería:

Ver Figura 1 para apunte C4a en anexos gráficos.

2. Tarea individual

Cuando el intérprete desea que cada visitante hace su propias observaciones o complete el ejercicio. Este modelo permite que el intérprete actúe persona a persona para asistir, o proveer información. Ejemplo: "Quiero que cada uno de Uds. utilice sus sentidos para observar. Si ven algún animal, nos avisa."

Graficamente, se vería:

Ver Figura 2 para apunte C4a en anexos gráficos.

Preceptorial (Tutorial)

Este modelo permite que el intérprete escuche a los visitantes y pueda luego ayudarlos. Su propósito es averiguar el progreso del grupo en su tarea. Ejemplo:

"Hola, como van por acá. ¿Cómo puedo ayudarles?"

Graficamente:

Ver Figura 3 para apunte C4a en anexos gráficos.

Didáctico

En este modelo el intérprete presenta material con el propósito de informar o

INTERP. C4a-20

repartir. Se utiliza para dar direcciones, enseñar, clarificar, etc. Es como una charla. Ejemplo: "Hoy en nuestra caminata voy a hablar sobre..."
Graficamente:

Ver Figura 4 para apunte C4a en anexos gráficos.

Conferencia (Discusión abierta)

El modelo de conferencia (o discusión abierta) permite el intercambio libre de ideas entre los visitantes mismos. Es importante cuando una idea o tema es de mucha importancia para el grupo. El intérprete observa, nada mas.
Ejemplo:

"Voy a darles 5 minutos para que Uds. conversen entre si".
Graficamente:

Ver Figura 5 para apunte C4a en anexos gráficos.

Reunión de Grupo

En este modelo el intérprete es participante en la discusión y él puede iniciar el tratamiento de un problema ante el grupo. La reunión de Grupo está centrada en la búsqueda de una solución. El intérprete presenta el problema pero no ofrece una solución sino que entra como participante de la discusión. El no dirige la discusión pero escucha y clarifica. El no es juez. Ejemplo: "Ya tenemos un problema en el parque con el castor, que es un animal no nativo a ese parque. El causa daños a la vegetación y otros problemas. Voy a darles un poco de tiempo para discutir el asunto y tal vez veamos como podemos resolver este problema." Graficamente:

Ver Figura 6 para apunte C4a en anexos gráficos.

Socrático

En este modelo el intérprete usa las estrategias del preguntar y el responder. El intérprete tiene un propósito definido que quiere que el grupo adquiera. Comienza por presentar un problema o pregunta la cual los visitantes deben resolver. Las preguntas presentadas por el intérprete ante el grupo son contestadas por medio de un intercambio de ideas, por comparaciones, o percepciones y por diálogo y el reparto de ideas. Las preguntas extraen niveles de pensamiento cada vez más profundos. Después de plantear las preguntas el intérprete escucha, diagnostica los niveles de pensar, y las causas por las que los individuos justifican sus ideas. Esta estructura requiere un líder de alta categoría, que es conciente de los niveles de pensamiento. Es más difícil que las otras estructuras. Gráficamente:

Ver Figura 7 para apunte C4a en anexos gráficos.

Cuál Estructura es la Mejor

Cada parque o ambiente tiene una variedad de posibilidades de estructura. Cada situación presenta ciertas restricciones. Por ejemplo, tal vez los visitantes llegan a un sitio y por razones de transporte solamente tienen veinte minutos. En tal caso la estructura **didáctica** le sirve mejor que la socrática en la cual necesita más tiempo para discusión. Tal vez Ud. solamente tenga un auditorio grande, o un solo sendero natural donde por fuerza los visitantes marchan en fila. Es posible usar todos en una sola actividad.

Ejercicio:

Para las actividades enumeradas abajo seleccione la mejor estructura logística que contribuya al cumplimiento de la tarea. Resumen de estructuras logísticas:

Tarea Individual
Conferencia
Preceptoral
Didáctica
Grupo Pequeño
Reunión de Grupo
Socrática

- 1) Un grupo de visitantes escucha una presentación por un guardaparque que habla sobre el Glaciar Moreno. Su charla es ilustrada con transparencias.

_____ estructura

- 2) Mientras camina por un sendero hacia Laguna Botos, cada visitante recibe instrucciones de buscar por lo menos dos signos de vida silvestre que habita el área.

_____ estructura

- 3) A grupos de cinco personas se les dará jarras de colección y lupas para coleccionar y examinar muestras de vida de la laguna.

_____ estructura

- 4) Mientras que el grupo hace su colección, el intérprete pasa grupo por grupo dándole ayuda, averiguando su progreso y asistiéndolos a hacer sus observaciones.

_____ estructura

- 5) Después, el intérprete presenta las siguientes preguntas al grupo:

"¿Qué evidencia hay de contaminación en este lago que Uds. pueden observar?" "¿Qué piensan de la causa de esa contaminación?"

"¿Qué diferencia habría en el lago en unos años más sin una planificación regional, o sin control de construcciones alrededor del lago?"

La visita será para:

-- recordar evidencia de contaminación que se observa

-- decir las relaciones entre causa y afecto
-- especular sobre las diferencias que habría en el lago sin planificación ni control.

_____ estructura

6) El reportero de cada grupo pequeño informa al grupo entero las observaciones de su propio grupo pequeño.

_____ estructura

7) El intérprete después de su presentación observa que los visitantes están charlando entre ellos mismos.

_____ estructura

Respuestas Correctas al Ejercicio de Estructuras Logísticas:

- 1) **Didáctico.** El grupo solamente escucha y observa al guardaparque y sus transparencias.
- 2) **Tarea Individual.** Cada visitante tiene que hacer algo.
- 3) **Grupo Pequeño.** Visitantes son organizados en grupos de 5 ó 6 personas para cumplir una tarea.
- 4) **Preceptorial.** El intérprete ayuda y observa cada grupo.
- 5) **Socrática.** Preguntas definidas para obtener mayor significado.
- 6) **Didáctica.** El reportero habla mientras los demás escuchan.
- 7) **Conferencia.** El intérprete le da tiempo al grupo a discutir lo que quiera.

* * * * *

Las siguientes preguntas o frases le guiarán en el uso de estructura logística en su parque. Escriban las respuestas:

- 1) Describa las características mayores de su parque.
- 2) ¿Qué facilidades tiene? (Aulas, equipo audio-visual, albergues, senderos, etc.).
- 3) ¿Cómo restringen estas facilidades en usar la estructura?
- 4) ¿Puede cambiar o alterar esas restricciones para usar las estructuras?
- 5) ¿Cuánto tiempo pasa el visitante en su sitio?

INTERP. C4a-24

- 6) ¿Cuántos visitantes vienen en excursiones por día, hora?
- 7) ¿Cuánto tiempo toma una excursión? ¿Quién decide? ¿Puede cambiar?
- 8) Repartir esa información o ideas entre si!

(Ver Figura 8 para apunte C4a en anexos gráficos)

3. Estrategia del Responder

- a) **Definición:** Aunque las estrategias del preguntar y del estructurar son extensivamente usadas por intérpretes para obtener el comportamiento deseado en el visitante, hay un comportamiento más en lo cual no pensamos mucho. Ese comportamiento debe darse después de las otras estrategias. Esa estrategia se refiere al Responder.

La forma en que el intérprete responde a las respuestas y acciones del visitante tiene gran influencia en los significados adquiridos por él. Según el intérprete responda al visitante influirá en el nivel de pensamiento, en su actitud hacia la tema, y en la relación positiva que el intérprete y visitante establecen.

Hay cuatro estrategias en el Responder: a) aceptar; b) usar silencio; c) clarificar; d) facilitar información.

i) **Aceptar**

Definición: Si verdaderamente deseamos que el visitante salga del parque con su propia interpretación, él tiene que estar libre a plantear sus propias ideas. El visitante debe estar libre del temor de cometer errores. Un intérprete acepta, no juzga. Si el visitante está psicológicamente seguro él tendrá que participar más, preguntar más, ofrecer ideas, expresar opiniones, etc. Cuando el visitante se siente seguro acepta más riesgos.

Si el intérprete no juzga, quiere decir que él no da indicios por medio de su postura, gestos, o palabras si las ideas del visitante son buenas, malas, correctas, incorrectas, mejores, o peores. Aunque las ideas del visitante son diferentes que las del intérprete, todavía él

intérprete las puede aceptar porque él sabe que es la responsabilidad del visitante modificar su propia manera de pensar, y derivar su propio significado, y obtener su propia interpretación.

Si el visitante de alguna manera siente que su idea es estúpida, inferior, no justificada, o inadecuada esto causa un sentimiento de fracaso, rechazo.

De esta manera él dejará de contribuir más y tal vez desarrolle un sentimiento negativo hacia el parque y el intérprete.

De otro modo, acumular elogios sobre las respuestas del visitante o llamar la atención sobre la acción superior de un solo visitante también puede ser un factor de deterioro para el funcionamiento del grupo. Respuestas, simples del intérprete como "Correcto", "Si, eso es", "Buenísimo para Ud.", causa conformidad, convergencia, a pensamiento muy elementales. Generalmente hay más de una respuesta correcta en los niveles profundos de pensar. Entonces elogios, o diciendo que una respuesta es la correcta puede impedir una mejor exploración de ideas y desalentar puntos de vista alternativos. Ejemplo: Intérprete con pregunta de profundo nivel. "¿Qué hubiera pasado a ese lugar si no fuera declarado parque nacional?" El visitante responde: "Probablemente se habría destruido por los leñadores". El intérprete responde: "Si, correcto. Esto es lo que hubiera pasado". Con esa respuesta el intérprete inhibe más discusión porque los visitantes van a pensar que la respuesta dada fue la correcta. Diversidad de pensamiento es, de esta manera, desalentada.

Alternativas en el Aceptar

a) Aceptar pasivo. El intérprete solamente recibe lo que dice el visitante sin juzgar. El pasivo es una demostración que el intérprete escuchó al visitante. Ejemplos:

"Um-hmm"; "Bien"; "Esto es una posibilidad"; "Tal vez".

b) Aceptar activo. En esta estrategia el intérprete demuestra su entendimiento de que lo que dijo el visitante. Lo hace por medio de: repitiendo lo que dijo el visitante pero en otras palabras; traduciendo, o resumiendo. El aceptar activo es cuando el intérprete expande, añade, compara, o da ejemplos basado en lo que dijo el visitante. El intérprete siempre trata de mantener la intención y el significado planteado por el visitante. Es más que el pasivo porque el intérprete no solamente recibe el mensaje pero también lo entiende, y lo transmite. Ejemplos:

"Entonces, lo que Ud. está diciendo es que el peso tan enorme del hielo del glaciar hace que el hielo de abajo actúe como líquido, y entonces el glaciar fluye como un río".

"Su pregunta es parecida a la de José en la que Ud. desean saber como pronosticar la próxima erupción del volcán".

INTERP. C4a-26

"Ud. piensa que la hierba tiene sabor de cebolla mientras que Pedro sugiere que tiene sabor de papas".

"Un ejemplo de lo que Ud. está sugiriendo puede ser el color del camaleón que cambia según sus alrededores".

Aceptar activo demuestra al visitante que Ud. lo aprecia y toma interés en él. Esto establece una relación buena, una afinidad, un sentido acogedor entre el visitante y el intérprete.

c) Aceptar con Empatía. Esto es aceptar con sentimiento además que con ideas. El intérprete exhibe empatía cuando acepta los sentimientos del visitante. Ejemplo:

"Estas direcciones no estaban claras tampoco para mí".

"Caramba! Qué caminata más larga. Puedo ver el porqué Uds. están tan cansados".

"Yo entiendo como se siente tan enojado cuando ve tanta basura en el río. Eso me enojó también".

"No se sienta desconcertado. Mucha gente confunde la diferencia entre estalactita y estalagmita".

ii) **Usar Silencio**

A veces se nota que intérpretes esperan solamente uno o dos segundos después de hacer su pregunta e inmediatamente contestan su propia pregunta. Si el intérprete espera más tiempo es notable las diferencias en las acciones del visitante. Si el intérprete espera más tiempo - 3 o 5 segundos - el visitante generalmente contesta con frases enteras. Hay más especulación, y él justifica sus respuestas mucho más.

A veces los períodos de silencio parecen demasiado largos. Pero si el visitante requiere tiempo para pensar por sí mismo el intérprete debe aprender sentirse comfortable en permitir tiempo para pensar. También, períodos de silencio indican al visitante que la responsabilidad de obtener significados es de él mismo y no del intérprete.

iii) **Clarificar**

Clarificar es parecido al aceptar activo. Los dos demuestran la preocupación del intérprete por entender claramente lo que dice el visitante. Aceptar activo demuestra que el intérprete sí entiende. Clarificar, al contrario, demuestra que el intérprete no entiende. Con el clarificar el intérprete muestra que las ideas del visitante merecen más exploración pero que no las entiende. El intérprete usa clarificar cuando pide al visitante ser más específico o elaborar su punto. Ejemplos:

"Favor de explicar que quiere decir relación simbiótica".

"Lo que creo que Ud. dijo fue que Ud. prefiere trabajar solo y no en un grupo, ¿verdad?"

"Ud. puede ser más específico. ¿A cuáles indígenas se refiere?"
"¿Cuándo Ud. dijo "ellos" a quién se refirió, a los conquistadores o los indígenas?"

iv) **Facilitar Información**

El intérprete debe crear un clima de respuestas para el visitante y su búsqueda de información. Hay varias maneras de hacerlo.

- Hacer posible que el visitante experimente con equipos, materiales, o ideas.
- Actuar como una fuente de información en si mismo.
- Usar otros miembros del grupo.
- Tener disponibles otras fuentes de información, como mapas, cartas, tablas, guías de campo, etc.
- Tener disponibles objetos como microscopios, lupas, etc. para extender la fuerza de observación.

Resumen de la identificación de estrategias sobre el Responder.

Aceptar (pasivo, activo, empático).
Silencio.
Clarificar.
Facilitar información.

Ejercicio para identificar estrategias sobre el Responder.

- 1) "Lo que escucho que Ud. está indicando es que el calor de su mano hace que el líquido se expanda en el termómetro, verdad?"

- 2) "Primero vamos a ver una película y después voy a presentarles sobre la información que observaron."

- 3) "Entiendo su idea."

- 4) "¿Me puede explicar Ud. qué quiere decir "expansión"?"

- 5) Visitante: "¿Cómo se llama esa roca?"

INTERP. C4a-28

Intérprete: "Se llama granito."

- 6) "Este es un posible resultado."
- 7) "Vamos a escribir su idea aquí con las demás."
- 8) "Entiendo cómo se sienten. Es un día caluroso. Estoy acalorado también."
- 9) "Tome ese mapa, lo guiará a los sitios de acampar."
- 10) "O.K."
- 11) "La diferencia es que el caimán tiene una nariz y el cocodrillo la tiene más angosta."
- 12) "Ud. sugiere que agregamos más color a la pintura. ¿Qué colores prefiere?"
- 13) "Déjeme ver si el entiendo perfectamente. ¿Ud. está diciendo que el intendente le dió permiso para llegar tarde cada día?"
- 14) "¿Su idea es que únicamente dejen entrar al parque a los que firman un contrato para usarlo correctamente?"

Otro ejercicio de la estrategia sobre el Responder.

¿Cuál sería su respuesta a las siguientes frases?

Intérprete: "¿Cuándo vino Cristóbal Colón por primera vez al hemisferio occidental?"

Visitante: "1492".

Intérprete: (Aceptar Pasivo)

Int.: "¿Quién descubrió la isla de Jamaica?"

Vis.: "Colón".

Int.: (Aceptar Pasivo)

Int.: "¿Qué cosas piensan Uds. que trajo Colón para hacer su viaje en 1492?"

Vis.: "Alimentación, agua, hombres, armas y equipo de navegación".

Int.: (Clarificar el significado de equipo de navegación)

Int.: "¿Por qué razón Colón creyó que descubrió una tierra nueva cuando los vikingos y Américo Vespucci llegaron antes que él?"

Vis.: "Porque las comunicaciones eran malas en aquellos días".

Int.: (Clarificar comunicación)

Vis.: ¿En qué año vinieron los vikingos?"

Int.: (Facilitar datos)

Int.: "¿Cómo sería de diferente nuestro país si los exploradores en lugar de llegar por la costa este lo hubieron hecho por el oeste?"

Vis.: "Creo que la mayoría de las ciudades y poblaciones estarían en la costa oeste".

Int.: (Aceptar Activo)

Vis.: Tal vez los países de la costa del Pacífico serían más avanzados".

Int.: (Aceptar Pasivo)

Int.: "¿A Ud. le gustaría vivir en una ciudad grande como nuestra capital?"

Vis.: "No, no me gustaría porque hay mucha contaminación, tráfico, ruido".

Int.: (Aceptar Empático)

ACTIVIDADES:

Taller en la Práctica de las Estrategias del Preguntar y del Responder.

Instrucciones:

- a) Dividir el grupo grande en grupos pequeños de 4 a 7 personas.
- b) Seleccionar un Transmisor, uno o más Receptores, un Juez, y

INTERP. C4a-30

un Registrador.

Las tareas:

El Transmisor formula preguntas para Recordar, Analizar, y de Nivel Profundo. Las da al Receptor. Seleccione un tópico a su juicio. Después de la contestación del Receptor, el Transmisor responde utilizando las estrategias del Responder Pasivo, Activo y Empático, del Clarificar, del Silencio o Facilita Datos.

El Receptor debe responder a las preguntas del Transmisor.

El Juez identifica el nivel de la pregunta utilizada por el Transmisor. Cuando el Receptor responde, el Juez identifica el tipo de estrategia del Responder utilizada.

El Registrador marca el número de cada tipo de pregunta y respuesta hecha por el transmisor e identificada por el juez.

Cada miembro de los grupos deben funcionar en cada papel por unos 5 minutos. Después de ese lapso de tiempo, discuten cualquier problema que hubiese surgido.

Apunte 4b

UN CUENTO

(Tomado de "Un Manual para la Interpretación del Ambiente de las Areas Silvestres", por Hypki y Loomis, CATIE, Turrialba, Costa Rica)

El cuento que sigue es similar a los hechos que suceden todos los días en el Parque Nacional Volcán Poás, y podrían suceder en su parque. Es un ejemplo del potencial que existe en cada encuentro con el visitante ya sea que se inicie de una manera negativa o positiva.

"¡Ay, Dios mío!" El señor Intérprete había llegado casi hasta la baranda del cráter cuando él vió una familia en el mirador. Era un domingo muy concurrido del verano y la familia no era más que una parte de la gran muchedumbre que por lo menos tenía la oportunidad de echar una mirada al Volcán Poás, antes de que las nubes lo obscurecieran de nuevo.

Y ahora otro día concurrido, de manera que el señor Intérprete se enfrentaba con el mismo problema. El papá terminaba de desenvolver un confite y había tirado el papel al suelo. Su hijo pequeño escribía su nombre en la baranda del mirador y tanto la mamá como las hijas adolescentes llevaban flores, las que obviamente habían sacado de un sendero. Esta escena era muy común. El señor Intérprete se dió cuenta que tenía que hablarles porque era el único funcionario del parque que estaba cerca, pero él sabía que las cosas no deberían ocurrir simplemente como habían sucedido el día anterior y muchas otras veces antes. Algo tendría que cambiar, una nueva perspectiva y un plan de acción de parte de él, sería muy necesario aquí.

El señor Intérprete se acercó a la familia, atrayendo su atención con un "buenos días". Todos ellos se volvieron para saludarle mientras él se agachaba para juntar una cáscara de banano en el sendero. No deseando enfrentarse con la familia directamente y esperando que sus acciones pudieran decir más que sus palabras, él se detuvo y sonrió. De una manera muy particular dijo: "Una maestra más de aprecio de los visitantes". En la familia, todos rieron; el padre tal vez un poquito nervioso y el señor Intérprete, dándose cuenta que ya se había ganado la confianza de sus visitantes, notó inmediatamente que este incidente era una ocasión especial para una conversación.

"¡MMM! Les apuesto que la persona que tiró esta cáscara nunca se puso a pensar en cómo esta basura podría dañar el parque o hacer mucho más que el mismo vandalismo," mientras el señor Intérprete dirigía su mirada al chiquito con su cuchilla. El se dió cuenta de que el chiquito miraba a sus padres y luego rápidamente puso la cuchilla en su bolsa.

"Pero es sólo una cáscara de banano," dijo el chiquito. "Yo aprendí en la escuela que una cosa así podría llegar a ser suelo de nuevo". "Usted tiene razón, pero todas las cosas en la naturaleza toman mucho tiempo para descomponerse. Otros desperdicios como el plástico o el vidrio que son hechos por el hombre, no se descompondrían durante toda una vida, sino que se amontonarán fácilmente creando así algo desagradable. Si no recogeríamos la basura del parque, al cabo de un año podríamos llenar el cráter con ella! Además, ¿no te has preguntado por qué no se ven muchos animales aquí en Poás?" El señor Intérprete hizo una pausa para hacerlos pensar. "La mayoría de ellos tienen hábitos nocturnos. Ellos buscan alimento y permanecen activos en la noche mientras que todos nosotros dormimos ¿qué creen ustedes que ocurre cuando los coyotes del parque, que gustan salir en la noche, buscan su alimento?"

"¿Acaso es que se comen la basura que queda botada?" preguntó el chiquito. "Exactamente", dijo el señor Intérprete.

INTERP. C4b-2

"¿Pero qué hay de malo en eso?" preguntó una de las muchachas.

"¿No se les ayudaría dándoles cosas para comer?" "No parece que fuera tan malo. Pero el Poás ha sido parque nacional por mucho tiempo, y después de años y años, los animales como los coyotes dejan de comer su alimento natural y llegan a depender más y más de la basura que dejan los visitantes. Poco a poco sus dietas cambian, algunos se enferman, y en algunos casos podrían morir por falta de la comida que les brinda las vitaminas y minerales que ellos necesitan" el señor Intérprete dijo, "Al igual que nosotros necesitamos ciertas vitaminas todos los días."

"¿Ay, yo nunca había pensado en esto antes!"

El señor Intérprete se dió cuenta ahora que otra gente se había reunido para escucharle, y les hizo una invitación para unirse al grupo. "Las plantas del parque están en gran peligro también. Las flores que ustedes cogieron, por ejemplo, puedo ver la razón por la cual ustedes quieren llevárselas para la casa. ¿Son bonitas, verdad? Pero estas matas aquí en el área del cráter, aunque parecen muy jóvenes y frescas, tienen muchísimos años de estar viviendo aquí. Ellas han hecho un gran esfuerzo para sobrevivir en condiciones tan difíciles como el fuerte viento que sentimos ahora y el castigo severo de las erupciones volcánicas. Las plantas que ustedes han cogido morirán en unos días en sus casas, pero podrán vivir aquí por muchos años, puesto que este es el verdadero hogar de ellas. Si consideramos la gran cantidad de gente que visita el parque todos los días, podemos pensar que muchas de ellas resultan dañadas.

"Lo siento", dijo la señora visitante. "De seguro no tomaremos más plantas ahora que conocemos las razones".

"Estoy muy interesado en lo que usted habló con respecto a las adaptaciones de las plantas aquí. ¿Podría decirme más acerca de eso?" preguntó el señor.

"Me gustaría", contestó el señor Intérprete. "Puede parecerle extraño que la mayoría de las plantas en su jardín o en las fincas en la valle no podrían sobrevivir por las condiciones que se encuentran aquí en el cráter. Ellas no han sufrido los años de cambios que estas matas duras o arrayanes, que es el nombre que se les da, han soportado para adaptarse al frío.

Los arrayanes se valen de muchos trucos para vivir próximos al volcán, en algunos casos tienen hojas gruesas como si fueran de plástico - bueno, vamos al sendero y les mostraré algunas de mis plantas favoritas y sus trucos. La malastroma de los volcanes con sus deslumbrantes flores rosadas, ha desarrollado pelos en la superficie de las hojas que parecen imanes que atraen las gotas de agua. Si usted pasa sus dedos por las hojas, usted puede sentir estos pelos duros...."

Apunte 4c

**EN LA INTERPRETACION DE PARQUES,
LO PEQUEÑO ES HERMOSO**

(Por Yorke Edwards, Revista PARQUES, Vol. 5, No. 4.)

El primer programa de interpretación que elaboré para un parque comenzó con la creación de un centro de historia natural que estimé necesario como punto focal de atracción para el público del parque. El aliciente para que el público acudiera al centro consistió en presentaciones imaginativas que explicaban la historia natural del parque, y se disponía de la presencia permanente de un intérprete de parques (lo llamábamos naturalista del parque) para que durante el día atendiera consultas e interpretara el paisaje del parque, de manera que para el visitante interesado no solamente tuviera belleza panorámica sino también significado. El concepto del punto focal rindió resultados positivos en este caso, ya que un cuarto de siglo más tarde aún hay un centro de historia natural ubicado en un edificio pequeño y funcionando satisfactoriamente en el mismo lugar (Manning Nature House, Columbia Británica, Canadá).

Pese a no ser necesario que un programa de interpretación de parques tuviese un edificio como punto focal, este programa en particular, dotado de un "edificio" consistente en una carpa, experimentó un éxito inmediato y una rápida evolución lo llevó a ofrecer al público una serie de experiencias cotidianas fuera del centro: por ejemplo, paseos cortos y caminatas prolongadas que en cada caso se realizaban bajo la dirección de un intérprete que ponía al público al corriente de la geología, flora, y fauna de una diversidad de zonas de vida situadas en las montañas; también se dictaban charlas con presentación de diapositivas en un teatro al aire libre. En la forma en que fue planeado, el centro de historia natural pasó a ser el punto de reunión y centro de coordinación lógico y acertado para todas las actividades interpretativas. Contribuyó también a esto la insuperable ubicación del centro, ya que tanto el público del parque como los viajeros que pasaban por la carretera que lo atravesaba, concurrían en gran número a un lugar vecino que constituía el único centro de abastecimiento de artículos alimenticios y combustible en muchos kilómetros de la redonda. No obstante, muchos de los nuevos programas de interpretación establecidos en otros parques del sistema provincial del Columbia Británica rindieron buenos resultados simplemente usando como centros focales tableros avisadores bien ubicados. En este caso el tablero avisador constituía tanto el centro de información que ponía al público al corriente de la realización periódica de actos interpretativos como el punto de partida para personas deseosas de participar en ciertas actividades organizadas.

Los programas de dimensiones más pequeñas que disponían de solamente un intérprete eran a veces los mejores. Consideremos el caso de un naturalista de parques inspirado y bien informado que, actuando en un parque grande o pequeño, para ilustrar sus relatos sobre la tierra y la vida natural invita al público al dirigirle preguntas y a debatir el paisaje y veremos que para crear una buena interpretación no se necesitan edificios, presentaciones ni exhibiciones de diapositivas. Un estudiante de medicina que vino a

INTERP. C4c-2

interpretar todos los veranos hasta su primer año de internado prefería un parque costero en el cual todos los días dirigía a las personas en paseos informativos que tenían como motivo principal espesos bosques o la vida intermarreal al borde de un mar rico en formas de vida; cada noche su teatro situado casi al alcance de las olas consistía en maderos flotantes recogidos del agua para sentarse, y al caer el sol sobre el mar regalaba a sus auditores con relatos auténticos de ballenas, de playas excavadas por las olas, del paso de canoas indias de guerra y del hecho de que en otro tiempo los exploradores europeos "descubrieron" tierras que por espacio de milenios habían sido el suelo patrio de otros seres humanos.

Otro parque pequeño, que es poco más que un terreno para campamentos rodeado de grandes árboles, fue interpretado a los ocupantes de los campamentos por un hombre de tanta edad que una ley de la Provincia de Columbia Británica hizo necesario obtener todos los años un permiso gubernativo especial para poderlo contratar. Una vez más, un tablero avisador fue el centro de coordinación para el programa del intérprete. Los niños le tenían simpatía porque en cierto modo jamás había perdido la curiosidad y el gusto por las cosas nuevas que son propios de la niñez, y todas las mañanas su paseo con los ocupantes de campamentos por las sendas del bosque - junto con frecuentes detenciones para hablar de las plantas o animales, las piedras o las nubes - estaba dedicado principalmente a los niños presentes. No obstante, todos disfrutaban de su compañía. Sin consideración de edad, todos tenemos algo de niño y, en todo caso, los mensajes sencillos y a la vez ingeniosos de este intérprete eran en verdad para todos. Sus otros paseos eran para adultos; sus reuniones vespertinas para las familias, celebradas en un círculo de bancas dispuestas en turno a una viva fogata al aire libre, ofrecían ocasión para relatos ecológicos de su propia creación, como el de la gota de agua de lluvia que hizo un largo viaje de retorno al mar, una narración empapada de buen, sólido conocimiento científico relatada con tanta amenidad que sus oyentes de todas las edades no se perdían palabra. A medida que la noche se iba ennegreciendo, los reflejos anaranjados de la fogata danzaban sobre los enormes árboles que circundaban el círculo, y estos mismos árboles formaban, por supuesto, parte de la aventura de la gota de agua de lluvia. EL viejo era un intérprete insuperable que siempre hablaba de los objetos o los ruidos u olores que los sentidos de sus oyentes pudieran estar percibiendo en esos momentos. Interpretaba lo que los sentidos de sus oyentes percibían.

Estos programas a cargo de un solo individuo eran manejados por gente dotada de un talento especial, adquirido en parte con anterioridad pero perfeccionado en la mayoría de los casos por la sola actividad autodidáctica del uso constante. La mayor parte de las personas poseen útiles conocimientos y talentos que las habilitan para comenzar. Agreguemos unos pocos días de preparación de una materia y luego dirijamos la palabra a los grupos al propio tiempo que ensayamos mejoras. La única manera de aprender a hacer las cosas bien es hacerlas, e ir haciéndolas cada vez mejor.

Una lección importante que se ha extraído de estos pequeños programas es que puede que nuestra moderna fijación de la necesidad de apoyo audiovisual no implique tal necesidad en absoluto. Por supuesto que los métodos electrónicos tienen cabida, pero a ciertos principiantes en la comunicación interpretativa, aún aquellos que inicialmente sienten temor de hablar sin

apoyo eléctrico, se les puede poner "indefensos" (como dijo que se sentía un atemorizado principiante) en un paisaje interesante que contiene un auditorio en potencia, y apoyándose en los talentos que normalmente poseen, más un cierto conocimiento de ciencias, unido a las cosas que en cualquier parte pueden ilustrar sus relatos y unos cuantos textos de referencia para verificar antecedentes, son capaces de desarrollar un ameno programa interpretativo que ninguna presentación envasada podrá jamás igualar en materia de realizaciones. He visto a muchas personas crear tales programas, descubriendo en sí mismas entretanto, dotes y talentos insospechados. El mejor medio de comunicación continúa siendo una persona que dirija la palabra a otras personas, especialmente encontrándose justamente entre las propias cosas de las cuales va a hablar.

Aquella última frase casi constituye mi definición de lo que es la interpretación. El paisaje - lo que nos rodea - está constantemente enviándose mensajes que nuestros sentidos - vista, oído, olfato, tacto - son capaces de recibir. No recibimos la mayoría de estos mensajes porque tenemos los receptores apagados. A menudo no entendemos los mensajes que realmente recibimos. La interpretación de parques, como todas las clases de interpretación, nos explica estos mensajes y, por supuesto, una buena interpretación de parques posee una amenidad atrayente puesto que, de no ser así, el auditorio no sentirá interés.

Antes de llegar a ser intérprete de parques, este articulista era biólogo naturalista de los parques provinciales de la Columbia Británica, la provincia montañosa del Canadá. Sentía preocupación por el futuro de aquellos sitios panorámicos rebosantes de seres vivos silvestres, puesto que pocas personas parecían darse cuenta de lo que realmente era un parque. La mayor parte del público que visitaba los parques se limitaba a mirar el panorama de reojo como si se tratara de papel mural con decorados panorámicos. Esto constituía uso sin comprensión. Sin saberlo, esta clase de gente suele pisotear en pocos minutos una cantidad de milagros vivientes mayor que los que cualquiera pudiera ver y apreciar en el curso de una vida entera. Sólo cierto grado de comprensión de lo que se encuentra bajo nuestros pies permite apreciar debidamente los aspectos dramáticos y emocionantes que presenta un tramo de paisaje de montaña. Partiendo del supuesto de que quienes entendieran los parques serían los más indicados para proteger estos últimos contra sus enemigos, presioné a mi director para que me concediera la oportunidad de hacer experimentos en interpretación de parques. Después de algunos años llegó mi oportunidad.

Un resultado inmediato del nuevo programa de interpretación introducido en los parques de la Columbia Británica fue un aumento en el número de personas más conocedoras de lo que las rodea y más capacitadas para apreciar y comprender lo que tienen ante sus ojos y mucho mayor entusiasmo por el tesoro público inapreciable que conservan los parques. Casi desde el comienzo hubo mayor número de personas arrodilladas en el suelo observando detalles de flores, mayor número de cámaras fotografiando mariposas, mayor número de personas valiéndose de folletos impresos para determinar los nombres de los árboles y, por lo tanto, mayor cantidad de personas complacidas de saber que el gran árbol cuya sombra las cobijaba pertenecía a la famosa especie denominada Pino Douglas. Lo más importante aún era que había mayor cantidad

INTERP. C4c-4

de personas deseosas de hacer su parte en cuanto a proteger y mantener en sus estado prístino estos lugares recién descubiertos con la ayuda de la interpretación.

Los programas interpretativos no tienen por qué ser costosos. Con frecuencia llegan a ocupar edificios caros, dotados de numeroso personal y de equipos perfeccionados. Probablemente en esta forma sea posible satisfacer las necesidades informativas de las multitudes, o aparentar mayor prestigio, pero por este camino los programas de esta clase pueden llegar a ser ejemplos de interpretación deficiente. La buena interpretación ha de ser principalmente un método básico para llevar a la gente a lo básico. La tierra viviente vive principalmente en calidad de pequeñas formas de vida. En contraste, las costosas instalaciones artificiales suelen apartar a la gente del concepto que la interpretación se esfuerza por infundir. Los diapositivos de esta naturaleza suelen constituir una verdadera barrera mental entre el auditorio y la naturaleza.

Un complejo centro de vida silvestre de la provincia canadiense de Ontario predominó en mi pensamiento hace algunos años. Allí el foco se encontraba en un edificio de ladrillos cuya dotación completaban un salón de exhibiciones y un teatro. Desde el edificio irradiaban caminos que conducían a senderos de historia natural autoguiados, una torre de observación de acero con vista a un pantano, una cámara subterránea dotada de una ventana que miraba al mundo subacuático del pantano y una rambla flotante que era un sendero que se internaba por el pantano. Todas estas instalaciones han tenido diversos grados de éxito, especialmente las exteriores que permitían obtener visiones nuevas del mundo natural. Aun estas últimas, sin embargo, contenían un elemento que hacía que el observador se siente como un extraño contemplando un mundo en el cual no había entrado en realidad. El peor transgresor a este respecto era el edificio de ladrillos. No cabe duda de que los servicios higiénicos, oficinas, talleres de carpintería y una biblioteca que albergaba lo hacían necesario, pero la sala de exhibiciones y el teatro estaban hasta cierto punto fuera de lugar. Era poco oportuno traer hacia dentro a la gente para haberle de los interesantísimos misterios, maravillas y bellezas que era posible encontrar afuera. Si "lo de afuera" era tan interesante, ¿para qué traer a la gente adentro?

Es difícil conocer los éxitos relativos de las muchas maneras de enfocar la interpretación. Quizás baste con saber que la mayor parte de ellas suele ser sorprendentemente eficaz con una utilización apropiada acompañada de un poco de buen juicio y sensibilidad. Parte de este éxito es indiscutible visible y audible si nos remitimos a las reacciones del auditorio, aún cuando jamás se advierte el éxito total. El educador jamás sabe en qué grado afecta al futuro ni qué alcance tiene su mensaje en función del tiempo y la distancia.

Sin embargo, cuando se dispone de poco dinero, pensar en perfeccionamientos costosos es algo puramente teórico. Mirando retrospectivamente hacia el estudiante de medicina del parque a orillas del mar, sospecho que su programa daba el máximo de interpretación con el máximo de influencia sobre el máximo de gente con un mínimo de costo.

Probablemente rivalizó con la eficiencia de aquel estudiante el primer centro

experimental de historia natural en el primer parque en que la Columbia Británica ensayó la interpretación de parques. Para dicho centro se me proporcionó un estudiante universitario para que me ayudara, y el dinero indispensable para adquirir solamente clavos, pintura y materiales para confeccionar etiquetas y letreros a mano. Rehabilitamos dos pisos de carpa hechos de madera procedentes de un campamento de construcción abandonado, encontramos dos carpas excluidas del servicio en la estación forestal local y convertimos todo este material en la primera "Casa de la Historia Natural." El muladar local rindió valiosos frutos en forma de cajas vacías, baldes y tinas de baño fáciles de reparar, trozos de madera para confeccionar letreros y otros suministros de carácter gratuito. Un amigo artista que residía lejos nos envió pinturas toscas que representaban aves locales para que las pusiéramos en exhibición. Fotografiamos objetos, hicimos diagramas, creamos títulos atractivos, encontramos objetos en los alrededores de esta área primitiva y combinamos todos estos elementos para montar exhibiciones. Cada mensaje sencillo estaba ilustrado de algún modo por objetos o imágenes, y cada uno de ellos daba relieve a algún aspecto del mundo natural existente inmediatamente afuera de la carpa. Pronto se hizo evidente nuestro éxito. La gente acudió en número satisfactorio, y una proporción satisfactoria de este público se dirigió al mundo verde exterior para mirarlo de cerca, puesto que este centro de historia natural no fue planeado como un fin en sí mismo sino como una experiencia que en casi cada pieza en exhibición alentaba al visitante a salir para ver por sí mismo algo interesante.

El primer control rindió frutos con poco costo porque pudo darse el lujo de ser lo más sencillo y creativamente eficaz posible. El pensamiento creador no tiene por qué ser costoso en un basural ni en un centro de historia natural.

La interpretación de paisajes se ha difundido por el mundo como planteamiento universal para formar una comprensión pública de la tierra y de la vida que en ella hay y que posibilita la existencia de nuestro mundo viviente. Por algunos años me ha complacido mucho estar en condiciones de experimentar con muchos métodos de interpretación como también estar comprometido con una cantidad de programas de interpretación en otras tantas clases de lugares. También he experimentado con numerosos programas creados por otros. Sólo recientemente han venido estas experiencias a converger hacia la interrogante de por qué no se hace un uso aún más generalizado de la interpretación habida consideración de su gran eficacia. Posiblemente la respuesta sea que los programas pequeños y eficaces tienden a adquirir mayores dimensiones y perder la eficacia. Siendo así, la solución reside en favorecer la sencillez en beneficio de la obtención de resultados máximos.

No cabe duda de que los programas interpretativos de pequeñas dimensiones suelen alcanzar éxitos sobresalientes. Cantidades pequeñas de dinero rinden con frecuencia éxitos de alta calidad. En este caso dos pensamientos de Fritz Schumacher, ligeramente fuera de contexto, lo resumen todo bastante bien: "Cualquier técnico o investigador de tercera categoría es capaz de incrementar la complejidad, pero se necesita cierto don de verdadero visionario para simplificar las cosas de nuevo." y "El ser humano es pequeño, luego lo pequeño es hermoso." (Ambas citas tomadas de "Small is Beautiful", obra de E.F. Schumacher publicada en 1973 por Sphere Books, London.)

Apunte 4d

COMO PLANIFICAR Y PREPARAR UNA CHARLA TEMATICA

(Tomado de Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL--UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PRESUPUESTOS PEQUEÑOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

Afortunadamente, a pesar de que no es posible enseñar lo concerniente a la parte sentimental del discurso efectivo, es posible enseñar la preparación. Hay docenas de buenos libros en esta materia, y nuestro propósito aquí no será duplicarlos. En lugar de eso, nuestro método será reconsiderar los propósitos de las diferentes partes de una charla (la introducción, el cuerpo y la conclusión) y, mediante un ejemplo, sugerir como podría usar este conocimiento para planificar sus propias charlas. Consideraremos un método simple, al cual le denominaremos la "Regla del 2-3-1," como un método que permita guiar nuestro pensamiento y la toma de decisiones conforme desarrollemos una charla. Puesto que enfatizaremos la preparación de una charla temática, usted debería revisar las secciones pertinentes a los Capítulos 1 y 2, si aún no está familiarizado con el desarrollo y uso de los temas.

Partes de una Charla y Sus Propósitos

A pesar de que la mayoría de la gente sabe que toda charla debería tener tres partes- una introducción, un cuerpo y una conclusión-muchos de nosotros pensamos que son simplemente el inicio, el cuerpo y la conclusión. Sin embargo, los mejores oradores, saben que hay mucho más que eso en lo que involucran. Y, en mayor grado, es su habilidad para entender y cumplir los diferentes propósitos de las tres partes lo que hace que su presentación sea más interesante y fácil de escuchar. Afortunadamente cualquiera puede hacer esto.

Hay gran desacuerdo sobre la extensión que debería tener cada parte de una charla. Mucho depende del tiempo disponible que tenga para la charla. Por ejemplo, en una charla de 20 minutos (un período frecuente cuando la audiencia está sentada), la introducción deberá posiblemente abarcar *alrededor* del 25% (5 minutos), el cuerpo *cerca del* 50 - 60% (es decir de unos 10 -12 minutos), y la conclusión *alrededor* del 15 - 25% (3 - 5 minutos). En una charla más corta (digamos una charla de orientación de unos 5 minutos) la introducción puede tomar solamente el 5% (escasos 15 segundos), el cuerpo, un 90% (4,5 minutos), y la conclusión un 5% (15 segundos). Pero estos son solamente promedios, y *no hay ninguna evidencia para sugerir que las partes de una charla deban ser de una cierta extensión*. Esté alerta contra los "expertos" que dicen conocer las "reglas" acerca de tales cosas. La comunicación casi nunca es tan simple.

Pero si no hay reglas establecidas, entonces ¿cómo sabemos cuál debería ser la extensión de la introducción, el cuerpo y la conclusión?. La respuesta es: *cada parte de la charla deberá ser tan extensa como se necesite, de manera que pueda cumplir con sus propósitos*. Al conocer lo que cada parte debe contener, entonces podemos prepararla de tal manera, y de tal duración que haga precisamente eso y nada más. Si ha hecho esto bien, usted entonces sabrá la extensión que cada parte debe tener.

Un viejo adagio en comunicación dice: "Cuénteles lo que usted les va a decir, dígalo, y luego repítalos lo que les dijo." Aunque usted

probablemente sabe que el preparar una charla toma un poco de más técnica que sólo esto; posiblemente, también está de acuerdo en que esto constituye un buen consejo, hablando en términos generales. La introducción relata a la audiencia lo que usted les dirá; el cuerpo les dice sobre lo que dijo usted que hablaría y la conclusión a menudo resume o refuerza lo que se dijo en el cuerpo. Pero en la comunicación temática hay algo más que estas tres partes de la charla. Compare los diferentes propósitos de la introducción, el cuerpo y la conclusión. Observe que aunque ellas por supuesto corresponden al inicio, el medio y el fin, cada parte tiene un propósito específico con respecto al tema de la charla.

La Introducción

Una buena introducción al menos hace dos cosas muy bien. Primero, crea interés en la charla. No hace únicamente que la audiencia decida escuchar una charla-las mejores introducciones hacen que ellos *quieran* escucharla. Esto es esencial para las audiencias no cautivas, porque al inicio de una presentación ellos deciden si vale la pena invertir su tiempo en poner atención. Por esta razón muchos expositores comienzan sus presentaciones con una frase estimulante o una pregunta interesante. Por ejemplo, en una charla cuyo tema es "Si el mundo realmente se está calentando, la vida de las futuras generaciones cambiará dramáticamente," el expositor podría comenzar haciendo la pregunta: "¿Qué haría usted si mañana se despertara en medio de un océano?" Otro ejemplo fue tomado de una charla acerca del aumento del número de visitantes en las áreas protegidas en la cual las primeras palabras del intérprete fueron: "Una gran cantidad de gente no lo sabe, pero ¡estamos a punto de amar nuestros áreas silvestres hasta la muerte!" Grater (1976) describió algo similar al inicio en una charla acerca de las secoyas gigantes. Su consejo es "Encienda una chispa con la oración de apertura."

La segunda cosa que debe hacer una buena introducción es orientar a la audiencia hacia el tema, y dice generalmente como va a estar organizada la charla. Cuando las audiencias conocen con anticipación la organización de la información que se les va a dar, es más fácil retener la información de la organización en su cabeza más tarde. Esto permite escuchar más fácilmente su charla, e incrementa la posibilidad de que la audiencia le ponga atención. Si usted mantiene el número de sus ideas principales en cinco o menos, la mayoría de los miembros de la audiencia estarán capacitados para seguir la secuencia de pensamientos sin mucha dificultad-es decir, si ellos pueden ver la relación entre el tema de su charla y cada una de las ideas principales. Diferentes tipos de expositores logran esto de diferentes maneras. En nuestra charla sobre el calentamiento global del planeta, nosotros podríamos comenzar de la siguiente manera:

"¿Qué haría usted si mañana se despertara en medio de un océano? Parece tan increíble, pero algunos científicos nos dicen que las futuras generaciones pueden realmente enfrentar a un mundo muy diferente del que usted y yo habitamos. La causa dicen, es que el planeta se está calentando. En los próximos cinco minutos, les voy a contar sobre el calentamiento global del planeta y el por qué creen los científicos que está sucediendo. Nosotros exploraremos sus posibles causas y cómo puede afectar no solamente a los océanos, sino que también a la agricultura y a los bosques. Sobre todo, nosotros veremos como podría afectar a la gente de todo el mundo-incluyéndonos a nosotros mismos, a nuestros niños y los niños de ellos. Yo pienso que, usted verá

que si el mundo realmente se está calentando, tarde o temprano la gente de todas partes tendrá que cambiar su forma de vida - y ellos tendrían que cambiarla dramáticamente."

Dos cosas son claras en esta introducción. La primera es, que el tema es obvio: "si el mundo realmente está calentándose, tarde o temprano la gente de todas partes tendrá que cambiar la forma de vida - y ellos tendrán que cambiarla dramáticamente." Segunda, está claro que el expositor va a hablar acerca de cuatro ideas principales con respecto al tema: (1) las razones que tienen los científicos para creer que la tierra se está calentando, (2) los efectos del calentamiento del planeta sobre los océanos, (3) sus efectos en la agricultura y bosques, y (4) sus efectos en la gente. Aunque usted podría presentar esta charla de manera diferente, su introducción debe tratar de cumplir las dos cosas.

No todas las charlas utilizan un "vehículo" o escenario predominante. Aquellas que lo hacen, sin embargo, deberían usar la introducción para preparar a la audiencia para ello. Por ejemplo, supongamos que vamos a llevar a la audiencia hacia el futuro, a un lugar hipotético de las latitudes norteñas, donde una familia de esquimales está sentada bajo la sombra de un árbol durante un verano excepcionalmente caliente, hablando acerca de "los viejos tiempos" cuando sus antepasados tuvieron que arroparse bien para permanecer abrigados contra el viento helado. Con este vehículo, nosotros podríamos presentar las cuatro ideas principales de nuestra charla a través de la conversación de esta familia. Si nosotros fuéramos a hacer esto, podríamos añadir lo siguiente a la introducción mencionada anteriormente:

"Nadie conoce realmente con gran seguridad lo que está reservado para las futuras generaciones. En este momento, nosotros tenemos solamente algunas ideas generales. Pero para darle una idea de ellas, yo le voy a pedir a usted que use su imaginación un poco, para viajar conmigo hacia el futuro-digamos por ejemplo unos 100 años o más-al hogar de la familia Chilkoot, un grupo de esquimales que vive en la parte más al norte de nuestro planeta. ¿Cómo podría estar viviendo la familia Chilkoot en comparación con sus antecesores de un siglo atrás?..."

Una Buena Charla Tiene Una Buena Introducción, un Buen Cuerpo y una Buena Conclusión

En toda charla buena, hay una introducción, un cuerpo y una conclusión—cada uno de ellos cumple diferentes propósitos. Preparar una charla efectiva es simple, si usted piensa en ella como el desarrollo de estas tres partes diferentes, y si usted diseña cada parte para cumplir sus propósitos específicos.

Partes de una Charla

Propósito(s)

1. La Introducción

- crear interés en el tema, y hacer que su audiencia quiera oír más acerca de él. (Recuerde, son una audiencia no cautiva)
- orientar a la audiencia hacia el tema, y decirles cómo va a estar organizada su charla. (Recuerde el "Número Mágico 7 más o menos 2.")
- establecer el marco conceptual que utilizará en el cuerpo, y presentar el "vehículo" (si piensa usar alguno).
- preparar el escenario para la *conclusión*.

2. El Cuerpo

- para desarrollar el tema, organíselo de la manera que usted anunció que estaría organizado y use cualquiera de los hechos, conceptos, analogías, ejemplos, comparaciones, etc. que sean necesarios para que la información sea entretenida, significativa y pertinente para su audiencia.

3. La Conclusión

- consolidar el tema—mostrar por última vez la relación entre el tema que usted planteó en la introducción y toda la información que presentó en el cuerpo. Muchas conclusiones resumen los puntos claves que se presentaron con anterioridad, y algunas ofrecen ideas acerca de los grandes significados del tema (por ejemplo, "el gran cuadro" o "de aquí a dónde vamos.")

Por supuesto, hay muchos "vehículos" posibles para una charla, y muchas charlas no incluyen ninguno. Lo importante es recordar que si usted decide usar un "vehículo", usted debería explicarlo en la introducción, de tal manera que la audiencia esté preparada para ello cuando aborde el cuerpo de la charla. A menudo, el "vehículo" es la parte final de la introducción, como en nuestro ejemplo de arriba.

Finalmente, muchos expositores usan la introducción para plantear el escenario de una conclusión que impacte al máximo. Hay algunas maneras de hacer esto-una frase clave u oración que sea expresada en la introducción y repetida de nuevo en la conclusión; parte de una historia que fue iniciada en la introducción y es finalizada en la conclusión; una idea principal que fue dada en la introducción y repetida en la conclusión, diapositivas con "escenas retrospectivas" - diapositivas que son mostradas en la introducción y nuevamente en la conclusión, etc. Y como nosotros hemos enfatizado reiteradamente, el tema de una charla, por sí mismo, *siempre* debería ser dado, tanto en la introducción como en la conclusión.

El Cuerpo

Un buen cuerpo trata de cumplir solamente un propósito-desarrollar el tema. "Desarrollar" significa presentar la información que es necesaria para conseguir que el tema sea entendido por su audiencia. Esta información debería estar organizada con las cinco o menos ideas principales que usted mencionó en la introducción, y no debería incluir ninguna otra información. Los hechos, conceptos, ejemplos, comparaciones, analogías, anécdotas y otro material ilustrativo deberían ser incluidos a medida que los necesite para lograr que el cuerpo de la charla sea entretenido, significativo, personal, e informativo para la audiencia. Un esquema muy general del cuerpo de nuestra charla acerca del calentamiento de global del planeta podría ser algo así:

- I. Hay evidencias de que la tierra se está calentando. El calentamiento global del planeta podría afectar a los océanos.
- II. El calentamiento global del planeta podría afectar a la agricultura y a los bosques.
- III. El calentamiento global del planeta podría afectar severamente a la gente.

Bajo cada idea principal podrían existir subtítulos (A,B,C, etc.) que incluirían hechos, ejemplos, anécdotas y otra información ilustrativa, referente al tema indicado anteriormente. Menudo este "colorido" es importante porque ayuda a hacer que la información que nosotros estamos presentando sea más interesante y más pertinente para la audiencia. Los mejores intérpretes reconocen esta particularidad y la usan como una ventaja; pero, ellos también reconocen que lo que la gente recordará de sus charlas será lo que se refiere a las 5 o menos ideas principales y el tema, pero no al "saber". Por eso, son sumamente cuidadosos al seleccionar la información subordinada que se incluye en sus charlas.

Debido a que al término de una idea principal y el comienzo de otra, involucra a menudo un cambio brusco del tópico, usted podría incluir transiciones entre ellas. Las transiciones, como la que incluimos al final de la introducción de nuestra charla, no necesitan ser complejas. De hecho, las mejores son cortas y simples. Su propósito es solamente indicarle a la audiencia cuando va a dejar de hablar acerca de un punto principal, y cuando

INTERP. C4d-6

comienza a hablar acerca del próximo. Por ejemplo, después de hablar acerca de la evidencia del calentamiento global del planeta (parte I del anterior bosquejo), nosotros podríamos usar una transición como la siguiente, para iniciar la charla sobre los efectos del calentamiento global del planeta y su incidencia sobre los océanos (parte II):

"Como pueden observar, hay alguna evidencia bastante convincente de que el mundo realmente está calentándose. Y si esto es verdad, es probable que nos afecte de muchas maneras diferentes. Hablemos primero acerca de cómo podrían cambiar los océanos de nuestro planeta..."

Esta transición le dice a la audiencia "Bien, nosotros hemos terminado de hablar acerca de las razones que tienen los científicos para creer que el mundo se está calentando, y ahora vamos a hablar acerca de cómo el calentamiento global nos podría afectar. Comenzaremos con sus efectos en los océanos." De igual manera, una vez que terminemos de hablar sobre la parte II, podríamos usar la siguiente transición para plantear la parte III:

"Pero el calentamiento global del planeta podría afectar aún más a nuestros océanos, podría también tener grandes efectos sobre la agricultura y sobre nuestros bosques."

Las transiciones son fáciles de incluir en una charla. Ellas son frases simples que sirven sólo para preparar a la audiencia, cuando usted va a cambiar de tópico. Muchos expositores memorizan sus transiciones. Esto les ayuda a recordar el resto de la charla, principalmente porque es mucho más fácil recordar el "saber" bajo cada idea principal, que recordar todo el cuerpo de una narración larga. En nuestra charla referente al calentamiento del planeta, pareciera que estamos contando cuatro pequeñas historias unidas por las transiciones, más que una gran historia. Los intérpretes menos experimentados a veces olvidan planificar sus transiciones, y como resultado sus charlas se ven perjudicadas. Si usted tiene problemas para recordar el contenido de las charlas o siente que realmente debe recurrir a los apuntes, trate de usar las transiciones planificadas entre sus puntos principales. Probablemente usted encontrará que al utilizarlas le ayudan a recordar lo que usted quiere decir con mayor facilidad.

La Conclusión

Una buena conclusión es como la parte graciosa (la gracia) de un chiste o la nota final de una canción. Sirve como "la gracia" porque una vez que la gente la oye, puede ver claramente la relación entre la información que usted presentó anteriormente y el tema o el "¿y qué?" de su charla. La conclusión es como "la nota final" en el sentido de que una buena conclusión significa un final seguro y claro de la presentación. Como veremos brevemente, después de una buena conclusión, la audiencia tendrá tantas reflexiones que no necesitará de palabras adicionales.

El propósito principal de la conclusión es reforzar el tema de una charla. Los mejores intérpretes están conscientes de esto y casi siempre repiten el tema-a veces palabra por palabra-en las conclusiones de sus charlas. Los intérpretes menos experimentados algunas veces tienen problemas para saber exactamente como hacer esto. Muchos encuentran que sus conclusiones mejoran simplemente al usar la siguiente transición entre la última oración del cuerpo y la conclusión:

"Entonces espero que ustedes puedan ver que ..."(sigue el tema).
"A estas alturas, ustedes probablemente pueden ver que ..."
(sigue el tema).

Por ejemplo, nosotros podríamos comenzar la conclusión de nuestra charla sobre el calentamiento del planeta diciendo:

"Entonces espero que ustedes puedan ver que si el planeta realmente se está calentando, tarde o temprano la gente de todas partes vivirá de manera muy diferente como lo hace hoy día."

A muchos expositores les gusta incluir en sus conclusiones un resumen de las cinco o menos ideas principales las mismas que presentaron en el cuerpo. Por ejemplo podríamos decir:

"A estas alturas, usted probablemente puede ver que hay buenas razones para que los científicos creen que nuestro planeta se está calentando. Y si ellos están en lo cierto, las generaciones futuras pueden esperar muchos cambios. Los océanos se extenderán al derretirse las capas de hielo de los polos, y los bosques y las cosechas en algunas partes del mundo pueden ser devastados. Nadie puede decir con seguridad lo que va a suceder exactamente, pero una cosa es cierta, si el promedio de temperatura de nuestro mundo se incrementa aunque sea un poco, la gente de todas partes sufrirá algunos cambios dramáticos en su forma de vida."

Observe como esta conclusión repite brevemente a los oyentes lo que ellos escucharon y luego les hace recordar lo que significa-*el terna*. Aunque hay muchas maneras de concluir una charla, usualmente las mejores conclusiones son aquellas en las cuales se trata de hacer ambas cosas. Muchas van más allá para dar y sugerir un significado mayor-tal como lo que la audiencia puede hacer para actuar con su nuevo conocimiento (por ejemplo, ¿a dónde vamos nosotros desde aquí?), o examinar una pregunta filosófica relacionada con el tema de la charla. Un ejemplo podría ser:

"Sobre todo, yo espero que usted salga de aquí hoy, pensando si nosotros tenemos la responsabilidad de dar a nuestros niños, y a los niños de ellos, una oportunidad para tener la clase de vida que ellos *quieren* - en lugar de la clase de vida que los científicos nos dicen que ellos *tendrán si* toda la evidencia sobre el calentamiento del globo terrestre es correcta."

El que usted incluya esta clase de planteamiento en su conclusión dependerá del tema de su charla y aún más de su estilo personal.

Como notamos anteriormente muchos expositores usan la introducción para preparar a la audiencia hacia una conclusión más impactante. Varios métodos para cumplir este propósito fueron discutidos anteriormente incluyendo la reiteración de las frases claves en ambas partes de la charla, el uso de diapositivas con escenas retrospectivas, dejar la historia o anécdota a medio terminar para la conclusión y otras técnicas. Nosotros enfatizamos también que todas las charlas temáticas deberían incluir una frase del tema tanto en la introducción como en la conclusión.

La razón por la cual las audiencias parecen responder bien a esta clase de diseño- es decir, a charlas que tienen introducciones y conclusiones relacionadas-tiene que ver con la idea que algunos psicólogos llaman

"pragnanz." Pragnanz es una palabra alemana que significa en términos generales "totalidad" "integridad" o "unidad." Los psicólogos creen que a la gente le gusta estas cualidades en su mundo porque nos dan orden y predicción. En una charla la integridad ocurre cuando la audiencia siente que todas las cosas han venido como en un "círculo"- o cuando hay un "cierre", como lo llaman los psicólogos de la educación. Cuando una idea clave o argumento es planteado al inicio de una presentación, y luego se incluye nuevamente al final, parece traer todas las cosas de las cuales usted ha estado hablando de nuevo, al principio; le da a una charla la calidad de ser completa y total, en vez de parcialmente terminada; y le asegura a la audiencia que ahora tiene una historia completa y que no hay "cabos sueltos." Las audiencias que acaban de escuchar una buena charla, usualmente sienten esta sensación de cierre o pragnanz, precisamente como lo sienten al final de un buen libro, una obra de teatro, una película, o un chiste.

Como sugerimos anteriormente, las buenas conclusiones son como la nota final de una canción porque ellas significan un fin seguro y claro de una charla. ¿Ha oído lo que usted creyó que era la última oración de una charla, y luego el expositor continuó con información adicional? A esto se le llama "finales falsos" porque hasta el momento en que el conferencista comenzó a hablar de nuevo, parecía que la charla había terminado. Probablemente, la información adicional no ayudó mucho, y si usted es como la mayoría de la gente, probablemente le molestó un poco. La razón es que usted se estaba sintiendo "pragnanz"-es decir, que usted sintió por un momento que había un cierre, y que las palabras adicionales eran innecesarias. A menudo, estas palabras adicionales dan al traste con el final de lo que podría haber sido una muy buena charla. Evite estos finales falsos.

Otro problema frecuente con las conclusiones es que algunas veces la última oración del conferencista no parece ser realmente la última- esto ocurre a menudo debido a la inflexión de la voz del expositor, o porque al hacer los comentarios finales él o ella repentinamente introducen una idea completamente nueva - y dejan a la audiencia a la espera de más información. Usualmente, después de un largo y embarazoso período de silencio, la gente en la audiencia comienza a imaginarse que el expositor ha terminado de hablar, y gradualmente comienzan a salir, entre aplausos dispersos y disculpas intencionadas para asegurarse que "¿ha terminado? ¿es el final?"- y sintiendo que la charla estuvo algo incompleta-como que había algo más que decir. Algunas veces el expositor siente ese vacío y agrega algo así como: "esto es todo" o " he terminado." Pero oraciones como estas sirven solamente para indicar, a cada uno, que el final fue inadecuado. Este problema usualmente ocurre no precisamente porque se necesite de más *información* - aunque pudiera ser el caso, si el cuerpo de la charla no hubiera estado bien desarrollado - sino que por el tono o inflexión utilizado por el orador al decir la última oración.

Una técnica simple y efectiva para evitar finales falsos es utilizar la palabra "gracias" al final de cada charla (algunos expositores prefieren "adiós" o "buenas noches.") Tales palabras realmente dicen muy poco; pero estas expresiones raras veces pueden ser seguidas por otras palabras al final de una presentación, sin importar cómo fueron pronunciadas. Por lo tanto, cuando usted dice "gracias" o "adiós" usted realmente esta expresando a su audiencia lo siguiente:

"Este es el final de mi charla y por ahora no diré nada más. Si usted ha disfrutado mi charla, ahora podría aplaudir o acercarse para continuar charlando conmigo. O puede levantarse y salir. En cualquier caso, yo he

terminado."

Y por supuesto, después de decir "gracias" o "adiós" usted realmente debería haber terminado. Al continuar con cualquier otra palabra usted haría exactamente lo que trató de evitar con el uso de ella-y creará un final falso.

Unamos Todo Con El Uso de la Regla 2-3-1-Un Ejemplo

Planificar y preparar una charla temática es simple si usted realmente comprende los propósitos diferentes que tienen, la introducción, el cuerpo y la conclusión. En el ejemplo que sigue, veremos lo fácil que puede ser. Comenzaremos inicialmente con una idea general del tópico que deseamos tratar. Luego, usamos nuestro conocimiento sobre comunicación temática y veremos como funcionan las tres partes de la charla. Desarrollaremos separadamente una introducción, el bosquejo del cuerpo, y una conclusión. El orden en el que realizaremos esto, será guiado por un procedimiento simple al cual le denominaremos "Regla 2-3-1" (cuerpo/conclusión/ introducción) el cual será explicado en breve.

En nuestro ejemplo, vamos a ir paso a paso, tomando diferentes decisiones sobre la charla conforme planeamos cada una de sus partes. Aunque algunos autores podrían organizar estos pasos de diferentes formas, vamos a pensar en términos de 10 de ellos:

1. Escoja un tópico general.
2. De ser necesario, seleccione un tópico más específico.
3. Seleccione un tema basado en el tópico de su charla.
4. Resuma toda su charla en un párrafo corto, en el cual, la primera oración es el tema.

APLIQUE "LA REGLA 2-3-1"

5. Prepare un bosquejo del cuerpo.
6. Prepare la conclusión.
7. Prepare la introducción.
8. Reorganice y una todas las partes de su charla.
9. Practique su charla.
10. De ser pertinente, seleccione el título de su charla.

Nuestro Escenario

Suponga que usted está a cargo del manejo de un bosque, y que un estudio reciente ha demostrado una reducción dramática en ciertas especies de aves nativas en su bosque especialmente de algunas especies nocturnas como lechuzas y chotacabras. Una vez que determinó que era necesario un programa de educación comunitaria, usted decide preparar una charla de 20 minutos sobre aves nocturnas que presentará en escuelas, clubes, y otros lugares en

INTERP. C4d-10

Las próximas semanas, con el propósito de crear conciencia en la comunidad sobre este problema. Usted procede de la siguiente forma:

Paso No. 1: Escoja un tópico general

Escoja un tópico que usted piense le interesará a su audiencia, y también le interesa a usted mismo y sobre el que tiene conocimientos.

Nuestro tópico general: "Aves que viven en el bosque"

Una vez que ha determinado el objeto general de la materia de su charla, usted debería hacer su "trabajo." Investigue su tópico, busque no solamente la información de hechos sino también las ideas que le pueden ayudar a preparar una charla más entretenida, significativa, personal y organizada. Si usted tiene problemas en entender algo que leyó, es probable que su audiencia tenga aún más problemas para entender esa información. Probablemente la mayoría del material difícil no será necesaria para su charla, pero si algo lo es, usted deseará ciertamente, utilizar las técnicas de los "puentes" a fin de hacerlo significativo para su audiencia. También, su investigación puede darle ideas acerca del "vehículo" y/u otras "ideas creativas" para su charla.

Sobre todo, su investigación probablemente le ayudará a delimitar el tópico. En este momento usted debería estar pensando: "¿qué historia quiero decir sobre este tópico?" Si aún no está preparado para contestar esta pregunta, su tópico es probablemente muy general o muy vago. De ser así trate de delimitarlo aún más.

Paso 2: De ser necesario seleccione un tópico más específico.

Seleccione un aspecto específico del tópico que le interese a usted y el cual puede tratar durante el tiempo que tiene disponible para su charla.

Nuestro tópico específico: "Aves nocturnas que viven en este bosque."

Cuando el tópico es *demasiado* general, corre el peligro de dar una presentación oral de hechos no relacionados. Usted quiere que la charla tenga un mensaje, es decir, *el tema*. Para tener una charla temática usted necesitará primero un tópico bien definido.

Pero, también es posible tener un tópico que es demasiado específico. Los tópicos muy finamente delimitados están bien en tanto usted tenga la profundidad de conocimiento que ellos requieren, y la habilidad de comunicación para hacer que un tratamiento extenso de un tópico muy limitado le interese a una audiencia no cautiva.

Paso 3: Seleccione el tema basado en el tópico de su charla.

Como vimos en los Capítulos 1 y 2, el tema es su *mensaje*-la idea importante que quiere que su audiencia entienda o aprecie después de escuchar su charla. La selección de su tema es la decisión más importante que usted hará en el desarrollo de su charla porque todo lo que usted diga estará relacionado con el tema. La frase del tema contesta la pregunta "¿Y qué?" o "¿qué importa?" con respecto a su charla.

Nuestro tema: "Nuestro desconocimiento sobre las aves nocturnas"

puede provocar su desaparición de este bosque."

Paso 4: Trate de resumir toda su charla en un párrafo corto en el cual la primera oración sea su tema.

Además de ayudarlo a determinar cómo podría empezar y terminar su charla, este corto párrafo enfocará su atención sobre la clase de información que será necesaria para desarrollar su tema. En otras palabras, le ayudará a identificar lo que se debe incluir en su charla, así como lo que *no* se debe incluir. Al poner el tema en su primera oración del párrafo le obliga a pensar temáticamente a medida que usted escribe el resto. Como le dirían, los expositores más diestros el tener esta claridad del enfoque al inicio de la charla es una gran ventaja. Si no puede encontrar las palabras para escribir este párrafo probablemente necesita pasar más tiempo pensando sobre el tema, porque aún no está seguro del mensaje que quiere comunicar a su audiencia. Pero una vez que está escrito, este párrafo temático hará el desarrollo de su charla mucho más fácil.

Nuestro párrafo temático: "Nuestro desconocimiento de las aves nocturnas puede provocar su desaparición de este bosque ." Las aves nocturnas son uno de los grupos más interesantes de animales porque no entran en actividad antes de terminar el día. Muchas de ellas, tales como las lechuzas y los chotacabras, que viven cerca de aquí, tienen adaptaciones extraordinarias para esta clase de vida. Desafortunadamente, debido a sus hábitos reservados y período de actividad, nosotros muy rara vez tenemos la oportunidad de ver a estas aves. Y debido a nuestra falta de conocimiento sobre como viven realmente, la gente ha creado muchas supersticiones y leyendas acerca de ellas. Nosotros debemos recordar que aunque no las podemos ver, estas aves constituyen una parte interesante e importante de la comunidad natural de este bosque. El futuro de estas aves muy bien puede depender de usted y de mi.

"La Regla 2-3-1- El Cuerpo, la Conclusión y la Introducción.

A estas alturas, usted está listo para pensar en las palabras que dirá al presentar su charla. Un error común es tratar de preparar primero la introducción. La razón por la cual esto es un error tiene que ver con los propósitos de la introducción, es decir, crear interés en la charla, y decir a la audiencia el tema y la forma en la que va a organizar su presentación. Obviamente, usted no puede hacer esto hasta que no sepa lo que la charla contendrá y la forma en que será organizada. Y usted realmente no puede conocer estas cosas sino hasta después de que haya esquematizado el cuerpo. Aunque el cuerpo es la segunda parte de la charla que usted presentará, es la primera parte que debe ser desarrollada. Así mismo, en razón de que las buenas introducciones son diseñadas, en parte, para preparar a la audiencia para la conclusión, tiene sentido preparar la introducción por el último-aunque usted la presentará al principio.

Este método es lo que denominamos la "Regla 2-3-1." El nombre viene del orden propuesto para desarrollar las diferentes partes de una charla: 2(cuerpo), luego 3 (conclusión) y por último 1 (introducción). Esta regla parte del hecho de que simplemente no es posible conocer lo que se necesita concluir en la conclusión y tampoco lo que se debe incluir en la introducción, hasta tanto usted no conozca lo que va a presentar en el cuerpo

INTERP. C4d-12

de la charla. En otras palabras, ¿qué método usaría usted en la introducción para preparar a la gente para que escuchen el cuerpo y la conclusión? ¿Cómo puede planificar la introducción si aún no conoce lo que va a seguir? Lo más probable es que su experiencia le diga que no puede. Y por eso la "Regla del 2-3-1" tiene sentido-especialmente para la gente que aún no tiene bastante experiencia en el desarrollo de las charlas.

Paso 5: Prepare un bosquejo del cuerpo de su charla.

Siguiendo la Regla 2-3-1, prepare primero un bosquejo del cuerpo. Esto podría ser simplemente una lista de las cinco o menos ideas principales, y debajo de cada una, los hechos seleccionados, conceptos e información ilustrativa que usted piense le ayudaría a comunicar claramente su tema de una manera interesante y entretenida. Por supuesto, el bosquejo deberá indicar la secuencia en la cual usted planea presentar estas ideas. A algunos expositores les gusta planificar las transiciones al mismo tiempo que preparan el bosquejo, pero otros prefieren esperar hasta el Paso 9. Realmente no importa cuando los desarrolle, siempre y cuando lo haga en algún momento. Son especialmente importantes las transiciones que lo lleven de una idea principal a la siguiente, y del cuerpo a la conclusión de su charla. En el siguiente bosquejo se incluyen estas transiciones:

Nuestro bosquejo para el cuerpo de "Alas de la Noche":

I. Diversidad y clases de aves que son activas en la oscuridad.

- A. Lugares donde permanecen durante el día.
- B. Muchas sustituyen a las aves diurnas que realizan roles similares.

(La transición podría ser: "Usted puede estar preguntándose cómo se mantienen estas aves en la noche. Por ejemplo, ¿cómo vuelan en la oscuridad y cómo encuentran alimento? Bien, la respuesta es que ellas tienen rasgos especiales y habilidades que otras aves no tienen. En otras palabras, están adaptadas a una vida nocturna. Platiquemos un rato sobre algunas de esas adaptaciones.")

II. Las aves nocturnas están adaptadas para la vida en la noche.

- A. Ojos especializados para ver en la oscuridad.
- B. Alas especializadas-como vuelan las lechuzas silenciosamente.
- C. Pies rudimentarios de los chotacabras.
- D. El desarrollo de cantos en lugar de plumaje brillante y coloreado.

(La transición podría ser: "Bien, nosotros hemos hablado acerca de cómo estas aves están adaptadas para vivir en la oscuridad. Pero ¿qué es exactamente lo que hacen y qué es lo que nosotros no podemos ver?")

III. Las aves nocturnas tienen estilos de vidas y hábitos particulares.

- A. Hábitats y lugares donde se las puede observar.
- B. Cómo se alimentan y cuidan a sus crías.
- C. Qué comen ellas y dónde encuentran el alimento.

(La transición sería: "Aunque son tan fascinantes las aves nocturnas son un grupo de animales poco comprendido-principalmente porque no las podemos ver muy a menudo. Por siglos, esto ha dado lugar a un número de leyendas y supersticiones acerca de ellas. Me gustaría contarles algo sobre algunas

ellas.")

IV. Leyendas y supersticiones nublan nuestra comprensión de las aves nocturnas.

- A. Cómo se originan las leyendas.
- B. Las lechuzas y chotacabras son temas comunes.

(La transición podría ser: " Aunque estas leyendas y supersticiones son interesantes y aún graciosas para escuchar, algunas veces nublan nuestros juicios sobre las aves nocturnas. Es decir, algunas veces pensamos en ellas como criaturas invisibles y misteriosas más que como partes importantes del diseño de la naturaleza. Buenos ejemplos son las lechuzas y chotacabras que viven alrededor de aquí.")

V. Las lechuzas y chotacabras son útiles en la naturaleza.

- A. Cómo pueden ayudar las lechuzas a controlar las poblaciones de roedores.
- B. Cómo ayudan los chotacabras a controlar las poblaciones de insectos.
- C. Cómo la mala interpretación de sus roles está amenazando a estas aves.
 - 1. La matanza, envenenamiento indiscriminado.
 - 2. Pérdida de hábitat debido a la tala, arado y eliminación del alimento.

Tome un momento para comparar este bosquejo con el párrafo corto que escribimos en el Paso 4. Note que lo que nosotros escribimos en el párrafo nos ayudó a determinar las ideas principales que habían que incluir en el cuerpo de la charla.

Paso 6: Prepare la conclusión de la charla.

Una vez preparado el bosquejo del cuerpo, usted debería pensar acerca de cómo quiere concluir su charla. Recuerde que el propósito de la conclusión es consolidar el tema. Usted debería desarrollar su conclusión siguiendo el orden de pensamiento que estableció en el cuerpo. ¿Qué se puede concluir de estas ideas? La respuesta por supuesto, es su tema. El tema, y por tanto la conclusión siempre deberá responder a la pregunta "¿Y qué?."

Frecuentemente, la conclusión es la parte más difícil de desarrollar en la charla. Como discutimos anteriormente, el desenlace debe ser final, suave y debe estar acorde con toda su presentación. Su conclusión es su última oportunidad para dejar una impresión duradera en la audiencia. Sáquele provecho a estos pocos minutos. Podría ser un breve resumen de sus 5 o menos ideas principales, o una recapitulación de la lógica que usted estableció en el cuerpo. Muchas veces la conclusión sugiere "De aquí para donde vamos." Otras asumen un tono sugestivo o filosófico, pero estos son más difíciles de aplicar-dependiendo de su estilo personal. Pero sin importar cuál técnica use para concluir su charla, el objetivo debe ser reforzar el tema, y mostrar por última vez la relación con la información que usted seleccionó para presentar durante el resto de la charla.

Nuestra conclusión: "Como usted probablemente está pensando, para nosotros es muy fácil dañar o aún destruir aquellas cosas que no entendemos. Y tal vez entre ellas las primeras son las que no podemos ver. Debido a que no pueden ser observadas muy

frecuentemente, las aves nocturnas son objeto de muchas supersticiones y malas interpretaciones- y nuestra dificultad para entender y apreciar sus roles naturales se manifiesta al ponerlas en peligro. Las lechuzas y chotacabras en este bosque son buenos ejemplos de aves nocturnas que necesitan de nuestra ayuda. Sus hábitos y adaptaciones nos enseñan cómo los animales están acoplados al ambiente en que viven, y cómo cada uno de estos animales tiene una función vital en el diseño de la naturaleza-aunque nosotros no siempre lo podamos ver. Solamente si entendemos los papeles importantes que ellas juegan-papeles que casi siempre afectan también a nuestro bienestar-podemos comprender por qué es tan importante preservarlas. Su futuro realmente depende de nosotros-un futuro que todos nosotros debemos compartir. Gracias."

Paso 7: Prepare la Introducción

La introducción es la última parte de la charla que usted desarrollará, aunque constituye la primera parte de la charla que usted presentará. Recuerde que sus propósitos son capturar el interés de la audiencia, revelar el tema y decir como estará organizado el cuerpo. Como discutimos anteriormente, a menudo es una buena idea comenzar con algo que llame la atención. Hay muchas técnicas que han sido usadas exitosamente: una historia interesante pero breve, una pregunta llamativa, un ejemplo animado de algo de lo que usted va a hablar, una frase llena de colorido, etc.

Nuestra introducción: "¿Sabía usted que los chotacabras fueron usados para prevenir a la gente de por aquí cuando estaban las brujas en los alrededores? Si el zumbido de un chotacabra era oído en el crepúsculo, los padres se preocupaban mucho por el bienestar de sus niños hasta cerca de la media noche. Muchos padres no les permitían a sus niños salir de la casa hasta esa hora. Y se esperaba una conducta anormal de los niños hasta que el peligro pasara."

Al haber captado la atención de nuestra audiencia, ahora necesitamos decirles nuestro tema y cómo estará organizada la charla:

"Los chotacabras y las lechuzas son dos aves que viven en este bosque y son parte de un grupo de criaturas llamadas animales nocturnos-animales que entran en actividad cuando otros, incluyendo al hombre, descansan durante la noche. Pero debido a que estas aves llevan a cabo sus vidas en la oscuridad, pocos de nosotros tenemos la oportunidad de observarlas, y sin duda, a esto se debe que nosotros hayamos creado tantas leyendas y supersticiones acerca de ellas."

"En los próximos minutos, nosotros vamos a hablar más acerca de estas aves interesantes, y su futuro. Exploraremos sus adaptaciones para la vida nocturna; hablaremos acerca de sus hábitos y veremos que los acontecimientos que causaban tanta preocupación a los padres son realmente comportamientos que estas aves han desarrollado para hacerle frente a sus vidas a la oscuridad.

Veremos cómo sus hábitos y adaptaciones especiales nos pueden mostrar como la naturaleza es capaz de moldear los animales para

que cumplan papeles específicos en la comunidad natural- es decir, en *el diseño de la naturaleza*.

También, veremos que estas aves fascinantes necesitan nuestra ayuda. Su reservada vida nocturna las esconde de nosotros y esto hace que sea difícil conocerlas y entenderlas de la manera que entendemos a otros animales. Debido a esto, su futuro puede estar en peligro."

"Hablemos primero acerca de lo que es vivir sin luz y de la variedad de aves nocturnas que viven a nuestro alrededor."

Usted probablemente habrá notado varias cosas acerca de nuestra introducción. Primero, fue diseñada para crear interés, para revelar el tema, y para decir cómo está organizada nuestra presentación. También usted habrá notado que la frase temática está cerca del final de la introducción. Aunque esto no es siempre necesario, es a menudo mucho más fácil para la audiencia recordar el tema si es el último pensamiento que usted les da antes de comenzar el cuerpo de su charla. Observe, también, que la frase final de la introducción es realmente sólo una transición a la primera idea principal del cuerpo. Finalmente, observe que las palabras "diseño de la naturaleza" son enfatizadas así como lo fueron en la conclusión que desarrollamos en el paso 6. Esto es un ejemplo simple de como unir la introducción con la conclusión al incorporar una frase idéntica en ambas partes. La frase añade poco a lo esencial, pero ayuda a la audiencia a sentir la conclusión, o "pragnanz" cuando reconoce que la ha escuchado por segunda vez.

Paso 8: Reorganice y una todas las partes de su charla

A estas alturas hemos preparado: (1) un bosquejo del cuerpo de nuestra charla, (2) la conclusión y (3) nuestra introducción. Ahora debemos arreglar estas partes en el orden lógico 1-2-3, para afinar la introducción y la conclusión de manera que estén bien relacionadas, planificar cualquier transición que aún no hayamos preparado, y desarrollar con mayor detalle el cuerpo-decidiendo con mayor precisión lo que queremos decir acerca de los puntos principales de nuestro bosquejo. A estas alturas usted tiene una buena idea sobre las palabras que usaría, pero es mejor pensar más cuidadosamente en ellas antes de tratar de presentar la charla a una audiencia real. Si usted no lo hace, podría encontrar que su charla es demasiado larga. Esto sucede a menudo cuando nos sentimos seguros y cómodos con un tópico-tan cómodos que terminamos hablando en exceso. Usualmente es mucho mejor pensar con anticipación las palabras que usará. De esta manera conocerá inmediatamente si necesita limitar sus explicaciones, eliminar algo, o aún revisar el cuerpo para incluir menos ideas principales.

A muchos oradores les gusta escribir sus palabras en forma de una narración completa, exactamente como ellos piensan decirla. Escribir las presentaciones les ayuda a evaluar su charla y les ayuda a emocionarse y a entusiasmarse para presentarla. También, les ayuda a mejorar aún más la charla, porque al redactar sus palabras le hace pensar todo de nuevo con el mismo detalle con el que algún día será presentada a una audiencia real. La única desventaja de redactar sus presentaciones es que puede conducirlo a tratar de memorizar todo. Pero como veremos en breve, usted debería resistirse a esa tentación. Casi siempre esto obstaculiza más que lo que ayuda a una charla.

Paso 9: Practique su charla.

Ahora usted está listo para presentar su charla - ¿Oh, no es así? A estas alturas, el desarrollo de la charla probablemente ha sido un ejercicio silencioso. Usted ha estado probablemente "diciendo" las palabras en su mente, pero no es lo mismo que decir las en voz alta. Practique lo anterior. Algunos expositores dicen que el hablar para ellos mismos les ayuda si lo hacen frente a un espejo. Otros prefieren estar de pie solos en una sala. A otros les gusta tomar un paseo mientras están practicando. Y a otros les gusta hacer algo completamente diferente, mientras están practicando—cocinar, manejar, etc. De todas maneras, lo importante es que usted se imagine que está en frente de la audiencia a la cual le estará hablando, y que diga las palabras con el volumen que normalmente utilizaría en frente de esa audiencia. El volumen y la inflección de la voz tienen una relación curiosa. Lo que suena apropiado a bajo volumen puede no sonar correctamente cuando se expresan las mismas palabras a volumen más alto.

A muchos expositores les gusta grabar sus intervenciones porque el escuchar la cinta les ayuda a identificar las partes de la charla que se necesita mejorar. Tomar un video también es valioso, si usted tiene acceso a esos equipos. Generalmente, es una buena idea probar su charla con un grupo de amigos. Pero usted debería *pedirles* que sean críticos. Usualmente a los amigos les gusta decirnos lo bien que estamos, pero no lo que debemos mejorar. Si ellos no pueden encontrar una falta en su charla, solicíteles que le den ideas acerca de cómo podría hacer aún mejor su presentación.

Continúe buscando maneras de mejorar su charla. No solamente mejorará su presentación sino que también, el hacer pequeños cambios evitará que su charla le sea aburrida. Esto es especialmente importante después de que la ha presentado varias veces. Sin embargo, no debe cambiar algo que no se necesita cambiar. En otras palabras, si no está "dañado", no lo arregle.

Paso 10: De ser pertinente—seleccione un título para su charla.

No todas las charlas necesitan un título. Pero si su charla es anunciada con tiempo es una buena idea que tenga un título. Trate de hacer que su título sea llamativo, pero al mismo tiempo que describa su tópico.

Nuestro título: "Alas de la Noche"

Apunte 4e

ALGUNAS FORMAS DE HACER LA INFORMACION TECNICA MAS AMENA

(Tomado de: Ham, Sam. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL: UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PEQUENOS PRESUPUESTOS. North American Press, Golden Colorado)

Sonría: Una cara sonriente indica placer. Un viejo dicho dice: "Cuando tu sonríes, todo el mundo sonríe contigo". Esto significa que su audiencia tomará la indicación de usted. Si usted luce feliz y relajado, empezarán de sentirse de igual manera. El ser demasiado serio puede crear un atmósfera formal.

Utilice Verbos Activos: Los verbos son **el poder** en cualquier idioma. No trate de quitarles el poder que tienen al hacerlos pasivos. Diga: "El murciélago **polinizó** el árbol," pero no "El árbol **fue polinizado** por el murciélago." La escritura académica se enfoca demasiado en verbos pasivos. Use formas poderosas de verbos activos.

Muestre Causa-Efecto: A la gente le gusta saber **qué efectos causan unas cosas sobre otras**. Trate de demostrar la relación directa entre las causas y sus efectos.

Vincule la Ciencia con la Historia Humana: La investigación muestra que los que no son científicos están más interesados en la ciencia, si puede ser relacionada con la gente que vivió en otro tiempo. Por ejemplo, entretener información acerca de las plantas en una historia de como los indígenas usaban tales plantas en su dieta, arte, religión, etc., puede ser más entretenido que lo que la misma información brindaría por sí sola. Hablar sobre cualquier aspecto de una ciencia natural o física por medio de los ojos de aquellos que los exploraron, los descubrieron, se maravillaron, los superaron, se rindieron, se preocuparon, murieron, fueron salvados, facultados por ello, obstaculizados o quienes de otra forma afectaron o fueron afectados por la cosa en mención, lo hará generalmente más interesante para los que no son científicos.

Use una "Metáfora Visual" para Describir Ideas Complejas: Una metáfora visual es una ilustración que indica visualmente lo que podría ser difícil de describir únicamente con palabras. Por ejemplo, una manera para describir la diversidad de especies de vertebrados tropicales podría ser mostrar un mapa en el cual el tamaño de los países y continentes estuviera basado en el número de especies de vertebrados que ellos contienen. Los países en los trópicos serían mucho más grandes que los de las otras regiones. La pequeña isla de Cuba, por ejemplo, contiene más especies de vertebrados que toda América del Norte.

Use un "Vehículo" para Hacer su Tópico Más Interesante: Un vehículo es una estrategia del comunicador para hacer un tópico más entretenido al mencionarlo en el contexto predominante de alguna escena, ambiente o situación. Ejemplos:

* **Exagere el Tamaño:** Por ejemplo, "Si fuéramos lo suficientemente pequeños como para caminar dentro de un avispero, usted se asombraría de lo que vería."

* **Exagere la Escala del Tiempo:** Por ejemplo, "Si el tiempo fuera acelerado de forma que mil años pasaran en un segundo, usted podría pararse aquí mismo y observar la deriva continental."

* **Utilice una Analogía Predominante:** Es decir, una analogía alrededor de la cual gire su presentación (ejemplo, asemejar la tierra con la piel en capas de la cebolla a fin de poder explicar ciertos procesos geológicos; comparar un paisaje volcánico con un océano; relacionar la sucesión forestal con la construcción de una casa; o comparar el manejo del recurso natural (uso y protección) con una persona de doble personalidad.

* **Utilice una Situación Imaginaria:** Por ejemplo, demuestre la necesidad de la conservación del bosque al inventar una historia sobre un pueblo en donde no existe la madera o productos derivados de la misma; recorra hacia adelante o atrás en el tiempo; sugiera un problema hipotético o establezca una situación ilustrativa (ejemplo: "¿Cómo sería la vida en la Tierra si su temperatura promedio aumentara solamente 5 grados C.? o ¿Cómo sería si no hubiese depredadores?."

* **Utilice la Personificación:** Es decir, concédele cualidades humanas a las cosas inanimadas (ejemplo, "¿Qué diría un árbol si pudiera hablar? ¿Qué opinan las hormigas de los humanos?") Asígnele al narrador de un programa audiovisual una identidad o un punto de vista de animal. Walt Disney hizo famosa la personificación en innumerables películas en las cuales las audiencias experimentaron ciertas aventuras a través de los ojos de los animales personificados. Esta técnica ha sido criticada (algunas veces correctamente y otras no) por los biólogos, debido a que involucra el darle cualidades humanas a animales que no lo son. Sea cuidadoso cuando utilice la personificación. No sugiera que los animales y las plantas realmente piensan y se comportan como humanos.

- **Enfoque a un Solo Individuo:** Es decir, elabore una historia ficticia pero científicamente exacta sobre una persona u objeto en particular (ejemplo, un animal, planta, roca, molécula de agua, cristal de hielo, etc.) Presente un cuento sobre lo que esta persona o cosa experimenta en términos de la información técnica que usted trata de transmitir a su audiencia. [Ejemplos: Siga una sola molécula de agua a su paso por todo el ciclo hidrológico (precipitación, evaporación, transpiración, contaminación, y consumo por animales o seres humanos); o una masa de roca que es transformada a su estado sedimentario a metamórfica a ígnea; describa lo que le pasa cierto loro después de que es llevado desde su hogar en el bosque tropical y transportado con otros pájaros a una tienda de mascotas en otro país; cuente acerca de los días finales del último individuo de una especie en particular; describa el intento de un contrabandista específico para transportar pieles de ocelote fuera de un país; siga los contratiempos de un oso en particular que tuvo que ser asesinado por

los guardaparques debido a que se hizo dependiente del alimento que le daban los visitantes del parque, etc.] Algunas veces, darle al individuo un nombre u otra identidad suma valor de entretenimiento a la historia (ejemplo, Guillermo Gota, Oso Número 74, Carlos el Contrabandista, etc.)

Tema 5

EVALUACION DE ACTIVIDADES DE
INTERPRETACION AMBIENTAL

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Enumerar los pasos necesarios para autoevaluarse.
2. Autoevaluarse en cuanto a su actuación como intérprete.
3. Evaluar la actuación de otros intérpretes.

REFERENCIAS:

Ham, 1992; Lewis, 1980; Morales, J. 1992.

PRESENTACION:

1. Enfocar la necesidad de que el intérprete autoevalue su actuación frente al público, y que reciba las críticas constructivas de otros que conocen del tema; a través de la evaluación puede mejorar su actuación, y, por lo tanto, mejorar las posibilidades de que se logren los objetivos establecidos para su actividad y del AP en general.
2. Existen 4 formas de evaluación de la actuación de un intérprete:
 - la autoevaluación
 - la evaluación efectuada informalmente por colegas
 - la evaluación informal, efectuada por la audiencia, a solicitud del intérprete
 - la evaluación formal, efectuada por un supervisor

Se debe revisar con los participantes los Apuntes que acompañan este tema, respecto a estas formas de evaluación

ACTIVIDADES:

1. Simular una actividad de interpretación personalizada, p.e. una charla alrededor de una fogata, y hacer que los participantes evalúen la actuación de uno o varios "intérpretes" del grupo, usando el formulario adjunto.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo E (Admin.): Tema 14 y Apuntes

Apunte 5a

EVALUACION DE PROGRAMAS INTERPRETATIVOS

Intérprete: _____

Sitio:

Fecha: _____

Duración:

Crítico:

5= Excelente

3= Satisfactorio

1= Necesita mejorar

5 4 3 2 1 comentarios

MECANICAS

- a. Tema (claro, entendible, apropiado)
- b. Desarrollo del tema (cuerpo, apoyo del tema)
- c. Apertura (creó interés, intriga)
- d. Participación en grupo
- e. Manejo del grupo (todos oyen)
- f. Uso de técnicas
 - estructurar
 - preguntar
 - responder
- g. Conclusión (eficaz, memorable, provocativa)
- h. Duración apropiada

OTROS ELEMENTOS

- a. Mezclarse con el grupo antes
- b. Exactitud de la información
- c. Nivel técnico (apropiado según capacitación del grupo)

INTERP. C5a-2

d. Modo de expresarse: Voz
(volumen, tono, velocidad,
entonación, pronunciación)

e. Audiovisuales (calidad
apropiado)

REACCION DEL AUDITORIO

a. Muestra interés visible

b. Relación establecida

c. Comentarios positivos

EVALUACION SUMARIA

Apunte 5b

LA AUTOEVALUACION - LOS PASOS

1. Antes de la actividad
 - a. describir las metas y propósitos de su actividad.
 - b. describir los comportamientos que Ud. espera ver en el visitante si ellos están cumpliendo las metas.
 - c. identificar las técnicas que Ud. usará para causar en el visitante los comportamientos deseados.
2. Durante su actividad
 - a. usar los comportamientos planificados por Ud. mismo.
 - b. observar la reacción del visitante; buscar reacciones.
 - c. usar una grabadora si la tiene; si no es así, tratar de recordar mentalmente lo que sucedió en la actividad.
3. Después de la actividad
 - a. comparar lo hecho por los visitantes con lo que Ud. esperaba.
 - b. comparar lo que Ud. hizo con lo que planeaba.
 - c. analizar porque los visitantes hicieron o no lo que Ud. esperaba.
 - d. describir que cambios, mejoras u otras alternativas Ud. tratará la próxima vez para lograr sus metas.

Apunte 5c

EVALUACION DE CHARLAS

(Tomado de Morales, 1992)

El caso, bastante frecuente, de charlas impartidas en parques u otras áreas merece una atención especial en lo referente a su postrealización. Generalmente se concluye, se intercambian unas cuantas frases con el público y el conferenciante se retira. Pensamos que es de interés, además de necesario, poder evaluar charlas y conferencias con el fin de analizar su efectividad y poder mejorarlas.

Son varios los aspectos a evaluar sobre la presentación, más que sobre el contenido. Nos basaremos en unas fichas elaboradas en Losehill Hall (sin fecha), del Centro de Estudios del Peak District National Park, Inglaterra:

1. Introducción

Captación del interés
Demasiado extensa/demasiado corta

2. Materia

¿Adecuada a la audiencia?
Interés, relevancia

3. Lenguaje

Demasiado técnico/demasiado simple

4. Voz

¿Audible?
¿Monótona?
Interesante
Entusiasta

5. Velocidad

¿Demasiado rápida/demasiado lenta? ¿Variada para dar énfasis?

6. Uso de las manos

Demasiado/nada
¿Ayudaron a expresarse?

7. Tics

Verbales

INTERP. C5c-2

Físicos

8. Contacto con la audiencia

Por lo menos, un 95% del tiempo encarándola
¿Contacto visual con todos por igual?

9. Personalidad

Entusiasmo
¿Muy individual?

10. Avudas visuales

¿Bien preparadas?
¿Deficiencias/distractoras?
¿Habló hacia el público o hacia las diapositivas?

11. Conclusión

¿Abrupta/indefinida?
¿Resumen adecuado?

12. Preparación

¿Fue demasiado extensa la charla?
¿Tuvo una secuencia lógica?
¿Las notas fueron suficientes/demasiadas?

13. Impresión general

Como podemos apreciar, son muchos los factores que influyen en el buen desarrollo de una charla y, por tanto, son muchos los aspectos que podemos evaluar.

Apunte 5d

**TECNICAS DE LA EVALUACION DE LA EFECTIVIDAD
DE LA INTERPRETACION**

(Tomado de Morales, 1992)

Entregamos a continuación doce técnicas sugeridas por Wagar (1976b) y Wagar et al. (1976). Son, en general, muy simples de aplicar, salvo cuando se requiere de instrumentos. En todo caso, aconsejamos utilizar siempre más de una técnica, ya que los resultados comparativos nos pueden acercar a una mejor evaluación de los servicios.

1) Determinación directa de la respuesta del público:

Se basa en la observación que el intérprete hace sobre el interés, la relajación, el aburrimiento, etc. Esta información se puede obtener a través de la observación de las expresiones del visitante y a través de preguntas directas e informales; es sobre todo útil al trabajar con grupos numerosos. Es un método bastante subjetivo, pues existe la comprobada tendencia del público a quedar bien ante el presentador o el guía (al menos en la cultura anglosajona).

2) Observación de un "experto":

Se le pide a un profesional de la interpretación (o a alguien que reúna similares características) que observe una presentación y la critique al finalizar. Es también relativo, ya que la crítica o la valoración puede ponderar más la presentación y no la respuesta del público.

3) Buzón de sugerencias:

Una oportunidad poco explotada; es un método barato que puede aportar gran cantidad de información. Sin embargo, las sugerencias no provendrán de un visitante medio, sino más bien de los altamente motivados o... de los altamente irritados.

4) Medición directa del comportamiento:

Utilizable, luego de efectuar modificaciones a partir de las sugerencias dadas por otros medios; se observa, luego, si los cambios realizados son aceptados o no y de qué forma actúa el público. Un elemento a medir puede ser el ánimo con que los visitantes se alejan del automóvil, o respuestas a "no tirar basura", "no tocar" o "tocar", etc.

5) Observación de la atención del visitante:

Es un método que puede desarrollarse de manera más sistemática y científica, aplicando análisis estadísticos. En una plantilla de registro se apunta cada cierto tiempo (1 o 2 minutos) el número de personas que está atendiendo a la presentación. Se determina por la dirección de la cabeza hacia el intérprete, hacia una exhibición, etc., y mide solamente si están mirando o

no, no pudiendo saberse, por supuesto, si en algún momento el sujeto está pensando en las musarañas. Los niveles de atención parecen ser buenos indicadores del disfrute, nivel de interés, simpatía y otros factores que influyen en la retención de la información, con el consiguiente cambio posterior de actitudes y comportamientos.

6) **Medición del tiempo de observación/escucha:**

Comparar el tiempo que los visitantes permanecen en, o ante, una presentación con el tiempo efectivamente requerido para captar el mensaje. Esto puede dar una idea muy precisa sobre la extensión adecuada de las presentaciones y, en base a los resultados, corregir textos u otras presentaciones demasiado largas.

7) **Cuestionarios:**

El cuestionario puede asegurar una muestra representativa de los usuarios, examinar actitudes, disfrute y niveles de retención de variados aspectos de la información. Además, puede indicar cómo varían las respuestas de visitantes de diferentes edades o niveles. Evidentemente, el cuestionario debe ser diseñado con el asesoramiento de profesionales en la materia (encuestas), de forma que la información obtenida sea objetiva, precisa y fácil de analizar.

8) **Aparatos de auto valoración ("self-testing devices"):**

Por medio del apretar botones, por ejemplo, el visitante puede responder a preguntas con cuatro alternativas de respuesta, basadas en las presentaciones que ha visto o en las que ha participado. Las respuestas quedan registradas en un rodillo de papel o en memorias informatizadas. Estos aparatos tienen varios inconvenientes: 1) sólo miden a visitantes autoseleccionados y, por tanto, no son muestra representativa. Muchos adultos temen mostrar su ignorancia, por lo que evitan este tipo de chequeos. 2) Hay quienes repiten el cuestionario varias veces para mejorar su puntuación, por tanto, añaden otro factor de no representatividad de los datos. 3) El vandalismo o un mantenimiento deficiente pueden limitar la utilidad del aparato.

9) **Voluntarios ajenos al tema ("panel of outsiders"):**

Una forma de evaluar rápidamente una presentación es reunir a varias personas para examinar concienzudamente y comentar los aspectos positivos, las eficiencias y oportunidades de mejorar. La principal ventaja de esta evaluación es que no depende de las reacciones del público, y puede ser usada antes de que la presentación tome su forma definitiva. Para evitar ideas preconcebidas es mejor elegir a personas no relacionadas con la interpretación y con un conocimiento no especializado sobre la información presentada.

10) **Fotografías a intervalos:**

Sistema que utiliza una cámara de "super 8" o una cámara fotográfica con motor de movimiento de la película a intervalos de 4 segundos entre cada foto.

Permite registrar los movimientos del público sin mayores gastos de personal y registra patrones de movimiento que, de otra forma, serían difíciles de visualizar.

11) **Seguimiento de individuos al azar:**

Una persona sigue los movimientos de un visitante y registra sus desplazamientos y tiempo de atención a las presentaciones. Es un método caro, como todo aquél que requiera de utilización de personal. Util en exposiciones y para senderos autoguiados.

12) **Votación:**

Se entrega a un visitante una serie de fichas con una pregunta, la misma para cada presentación. Por ejemplo, "La información ¿está presentada de forma clara?". Otros visitantes pueden llevar fichas con otra pregunta como "Los contenidos ¿son amenos?" o "¿Cuánta información nueva obtuvo?". Aunque simple, puede resultar muy entorpecedora para la visita de los sujetos seleccionados.

Como ya hemos comentado, muchas de estas técnicas son de fácil aplicación, excepto las que requieren materiales sofisticados y gran inversión de personal. No hay muchas referencias acerca de estudios de esta naturaleza en América Latina; podemos citar, sin embargo, un trabajo de Oltremari (1979): "Los usuarios y las Instalaciones Interpretativas del Centro de Visitantes Aguas Calientes - Parque Nacional Puyehue, Chile". En este estudio, el autor utilizó el método de la entrevista mediante cuestionario, cotejando posteriormente los resultados con los diferentes niveles educativos de los encuestados, encontrándose diferencias significativas entre los distintos segmentos de usuarios y las respuestas por ellos emitidas.

PREPARACION DE UN PROGRAMA DE DIAPOSITIVAS

OBJETIVO:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Describir todos los pasos necesarios para preparar una presentación de diapositivas de calidad.
2. Realizar una buena presentación de diapositivas.

REFERENCIAS:

Ham, 1992; Sharpe, G. 1982. (Cap. 9); "PARQUES", Vol.3(1); Ham, S. 1992.

PRESENTACION:

- 1.1. Las diapositivas, a través de una presentación dinámica, son una excelente manera de atraer la atención de un auditorio y transmitir un mensaje. Una buena presentación audiovisual, o sonoviso, puede agregar "energía", así como claridad, al mensaje que se desea transmitir.
- 1.2. Hay dos tipos de presentaciones audiovisuales: en uno las diapositivas son el medio principal que transmite el mensaje, a veces con la ayuda de música; en el otro, las diapositivas son complementarias y sirven de apoyo a un mensaje verbal.
- 1.3. Revisar punto por punto los apuntes 6a y 6b que acompañan esta lección.

ACTIVIDADES:

Presente un buen programa de diapositivas, indicando los varios componentes que ayudan a que sea bueno.

Divida al grupo en equipos de 4 a 6 personas y pídale que elaboren un plan específico para una presentación de diapositivas sobre un tema asignado; luego compare y analice los resultados. Si hay tiempo, pida que los alumnos tomen o recolecten las diapositivas necesarias, y que presenten todo el paquete, o, sea una presentación completa de diapositivas para un propósito asignado. De esta manera se puede elaborar un programa audiovisual de utilidad para un AP cercana, una escuela o un grupo conservacionista.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo A (Orient.): Tema 12
Módulo C (Interp.): Temas 11 y 12
Módulo D (Manejo): Tema 7 y 8
Módulo E (Admin.): Tema 4 y 8

Apunte 6a

PLANEAMIENTO GENERAL Y PRODUCCION DE UN SONOVISO

(Adaptado de un folleto del Servicio de Parques Nacionales de Costa Rica)

1. DEFINA BIEN SUS OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ¿Qué quiere Ud. realizar, y con qué fin?
- ¿Qué cambios quiere que ocurran en las actitudes y comportamiento de los miembros de su auditorio?
- ¿Desea que realicen alguna tarea?
- ¿Desea que recuerden alguna información?
- ¿Desea que expresen alguna actitud o sentimiento?

Un objetivo bien definido debe incluir tanto un comportamiento pasivo como uno activo del auditorio después de haber conocido el sonoviso.

El objetivo DESCRIBE el resultado deseado, es decir el fin que se persigue.

2. ANALICE A SU AUDITORIO

- ¿Con quién quiere realizar sus objetivos?
- Describa su auditorio: edad, grado de escolaridad, conocimiento del tema, las técnicas prácticas de campo que poseen, sus actitudes actuales acerca del tema, etc.

Tanto más conozca a su auditorio, más fácil será planear un contenido apropiado para el sonoviso.

3. REALICE SU BOSQUEJO O ESQUEMA

Prepare un bosquejo del material que quiere tomar en cuenta en su presentación. Existe una buena norma para hacer un bosquejo: Escriba en forma concisa los puntos principales con los hechos que ayudarán a su auditorio a lograr los objetivos. En la organización de este bosquejo, Ud. necesitará planear la secuencia así como el contenido de los puntos principales.

En las primeras etapas, hay que pensar VISUALMENTE. También hay que pensar en los patrones de su producción y su organización o estrategia de presentación; ¿cómo quiere desarrollar la información?:

- Paso a paso, progresivo según el desarrollo de los temas;
- Cronológicamente, según el orden de los sucesos;
- Temáticamente, según los cambios generales de los temas.

4. ESTIME LA EXTENSION (DURACION) DE SU PROGRAMA

Según sus objetivos, las características de su auditorio, y su bosquejo, estime la extensión necesaria de su presentación para el logro de sus objetivos. A veces algo corto es mejor que algo largo.

INTERP. C6a-2

- Para una presentación principalmente visual, un programa no debe tardar más que 15 a 20 minutos.
- Por lo general, una diapositiva no debe estar mas de 15 segundos en la pantalla, de preferencia 8 a 12.

5. DECIDA UN PLAN DE TRATAMIENTO PARA LOS CONTENIDOS

Tome una decisión acerca del modo más eficaz y general de tratar los contenidos, incluyendo los elementos principales de producción.

a. El plan cabal del tratamiento del tema (tema, tono y estilo)

- ¿Quiére Ud. un trato humorístico, usando caricaturas, narraciones cómicas, etc.?
- ¿Prefiere un tono formal, pero un estilo urgente?

b. Piense en su estilo visual.

- Sencillo y claro.
- Estilo periodístico: gráfico, mostrando la realidad.
- Estilo artístico: destaca intereses clásicos del arte visual, el color, la composición, la perspectiva, etc.
- Estilo abstracto: utilizando imágenes abstractas para dar un sentimiento particular.
- Estilo gráfico: utilizando imágenes gráficas como mapas o tablas para dar a entender información o opinión.
- Estilo ilustrado: utiliza arte y caricaturas para realizar sus objetivos.

Se pueden combinar estilos para realizar mejor sus objetivos. Incluya los elementos principales de la producción en su plan cabal.

- La música y su efecto en la producción.
- Los efectos sonoros y su eficacia.
- El tono de la voz y su eficacia.
- La combinación más eficaz de elementos.

La forma en que trate su contenido influirá enormemente en la efectividad de su presentación.

6. REVISE Y ANALICE SU PROGRESO

Resulta mucho más fácil y económico revisar el trabajo hecho hasta ahora y realizar los cambios necesarios durante las primeras etapas en lugar de hacerlos en la etapa de producción.

- Revise su bosquejo con su jefe para asegurarse que su tratamiento es lo que se desea.
- Revise el contenido según los objetivos; ¿se logran los objetivos del plan?

7. ESCRIBA UN GUIÓN

Este paso puede ser opcional. Algunas personas prefieren comunicar sus ideas directamente en su bosquejo o en sus fotos. A otros les gusta preparar un guión completo con todos los aspectos que quieren considerar en su sonoviso. Un guión hecho antes de tener o tomar sus fotos puede ayudarle a:

- Evitar la toma de diapositivas, inútiles para su propósito, por razones de sus propios gustos.
- Evitar el uso de "temas trillados" visuales u orales.
- Lograr más fácilmente sus objetivos.

El guión es la fundación de su presentación. Se anotan alguna sugerencias:

- Piense y escriba visualmente; considere el desarrollo visual de su programa.
- Desarrolle un guión gráfico, el cual le servirá para integrar a la vez la parte visual, la narración, la música y los efectos sonoros.

Anote todo eso en tarjetas individuales, una para cada diapositiva propuesta.

Dibuje en la esquina de la tarjeta la imagen visual que Ud. desea presentar con la información verbal adjunta.

- Escriba tan natural como Ud. habla, en frases cortas y sencillas.
- Escriba en sucesiones, o series, en vez de párrafos. El párrafo fomenta la utilización de muchos verbos.
- Desarrolle series de diapositivas que poco a poco van desarrollando una escena, o un objetivo principal.
- Use tarjetas con notas como ayuda de memoria si es necesario; trate de memorizar el texto, para poder expresarlo espontáneamente.

En la narración:

- Enfoque aspectos interesantes para la audiencia.
- Utilice palabras sencillas y comunes.
- Mantenga sus oraciones cortas pero no tan cortas que suenen mal.
- Busque cambios en la extensión de las oraciones, en el tono de la voz, etc. para dar variedad a la narración.
- Lea en voz alta, y cambie las oraciones que no se pueden decir sin respirar en medio.

8. PLANIFIQUE SUS DIAPOSITIVAS

Su bosquejo, guión escrito, y guión gráfico serán las guías para determinar cuantas y que tipo de diapositivas se necesitan. Se puede hacer una lista de los sitios, condiciones, etc. de las diapositivas que hay que tomar, o obtener. Por muchas razones, las diapositivas horizontales son mejores para presentar. Las verticales son difíciles de acomodar en pantallas normales.

INTERP. C6a-4

9. TOMA DE LAS DIAPOSITIVAS

Asegúrese que todas las diapositivas sean legibles. Utilice su guión gráfico para seleccionar las mejores fotos.

Todas las diapositivas deben tener calidad de composición, expresión, comunicación, y características estéticas apropiadas (no usar fotos sobreexpuestas).

Asegúrese que todos los elementos de una diapositiva estén suficientemente grandes y claros para ser vistos y leídos por todo el auditorio, incluyendo las personas situadas en la última fila. El hecho de que una gráfica o un cuadro sea legible en un libro no significa que será legible en una diapositiva.

10. REALIZACION DE SU EDICION DE DIAPOSITIVAS, NARRACION, MUSICA.

Quando ha terminado la producción de diapositivas, es tiempo de que reúna y corrija su trabajo. Habrá que comprobar las diapositivas, las secuencias del guión, la narración, los efectos de sonidos, y la música, y fijarse si se ha tomado en cuenta cada punto principal.

- Hay que comprobar las voces que va a usar en su grabación: a veces es mejor usar dos voces diferentes.
- Hay que buscar y arreglar la música (viva o de disco)
- Hay que grabar los efectos de sonido

NOTA: Es evidente que la inclusión de música y otros efectos de sonido es opcional, y los pasos que se refieren a este aspecto se incluyen solamente en caso que se desee usar esta ayuda en una presentación de diapositivas.

Al corregir el sonoviso, hay que considerar las siguientes preguntas:

- ¿Se tomaron en cuenta todos los puntos principales y sus objetivos?
- ¿Se adapta el contenido de cada diapositiva al contenido de la narración?
- ¿Son legibles las diapositivas?
- ¿Son los colores de las diapositivas efectivos y nítidos?
- ¿Describe cada diapositiva una idea clara?
- ¿Existe continuidad adecuada de una diapositiva a otra?
- ¿Se suman todas las diapositivas para formar un sonoviso visualmente coherente y una presentación agradable?

Apunte 6b

LA PRESENTACION DE UN AUDIOVISUAL

(Tomado de Thorsell, 1984)

I. PREPARACION

A. Dias anteriores

1. Análisis de auditorio: número, sexo, edad, educación.
2. Arreglos para viajar.
3. Equipos, preparación:
 - proyector (¿llevar uno extra?)
 - pantalla
 - carrousel, u otro carrete para meter diapositivas
 - alambres o cables eléctricos de extensión
 - focos o lámparas de repuesto
 - palo u otro aparato para señalar algo en la pantalla
 - materiales para limpiar la lente del proyector
 - otros: navaja, destornillador, cortinas u otro material para oscurecer el cuarto o salon, adaptador de corriente.
4. Diapositivas, limpias, y listas para presentar.
5. Practicar la presentación con grabadora, espejo, o amigo crítico.

B. Día de la Presentación

1. Llegar temprano, revisar facilidades:
 - llaves
 - ventilación, calefacción
 - sillas
 - sistema de audio parlantes
 - limpieza
 - agua
 - luz, energía eléctrica
 - oscuridad del salón.
2. Preparar el equipo:
 - ubicar bien el proyector
 - asegurar los alambres eléctricos en el piso
 - enfocar la primera diapositiva; llenar al máximo la pantalla.
 - ubicar el podium para que pueda ver bien la pantalla.
 - asegurarse de que la cuerda de control (avance de diapositivas) llegue al podium.
3. Designar persona responsable para luces.
4. Designar persona encargada del proyector, dar instrucciones.
5. Dar bosquejo biográfico a la persona que va a hacer la presentación.

II. LA PRESENTACION

- A. En una presentación interpretativa, y no de caracter formal, es importante que el intérprete establezca contacto con el auditorio antes de su presentación; debe conversar con las personas presentes por 10 ó 15 minutos. Esto ayuda a romper el hielo de una presentación fría.
- B. Introducción con luces prendidas, establecer contacto con el auditorio.
- C. Transición; nunca mostrar la pantalla vacía con las luces apagadas; mostrar la primera diapositiva antes de que se apaguen las luces; apagar el proyector después de que se prendan las luces.
- D. Ultimas palabras con luces prendidas.
- E. Mantener el horario establecido.

PROBLEMAS COMUNES EN LAS PRESENTACIONES DE DIAPOSITIVAS

- 1. Dejar caer las diapositivas.
- 2. No poder encontrar los interruptores en el momento de prender las luces.
- 3. No presentar su introducción antes de que se apaguen las luces.
- 4. El cuarto oscuro, sin ninguna diapositiva en la pantalla.
- 5. La pantalla blanca, iluminada, sin diapositiva.
- 6. Luz no deseada en la pantalla.
- 7. Pedir continuamente que se presente la siguiente diapositiva.
- 8. La diapositiva no llena la pantalla, o se extiende más allá de la pantalla.
- 9. La primera diapositiva no alineada, o mal enfocada.
- 10. Las diapositivas puestas al revés.
- 11. Diapositivas viradas.
- 12. Pantalla demasiado baja.
- 13. El uso de frases repetitivas: "Esta diapositiva demuestra ..", "Esta es ...", "Esto es . . ."
- 14. Gráficas demasiado pequeñas para leer.
- 15. Diapositivas no claras, en que hay que decir "lamento que no pueden ver esto, pero"
- 16. Pararse frente a la pantalla.
- 17. Diapositivas de baja calidad: oscuras, claras, no enfocadas.
- 18. Cambiar diapositivas muy rápido - o muy lento.
- 19. Hablar a la pantalla, no al auditorio.
- 20. Prender las luces, sin avisar al auditorio.
- 21. No dar los comentarios finales con las luces prendidas.
- 22. No tener repuesto para el foco o lámpara que se queme.
- 23. Diapositivas que se traban en el proyector (usar diapositivas no dobladas o en malas condiciones). Para remover una diapositiva trabada en un proyector Kodak, gire con una moneda el tornillo en el centro del carrete para poder remover el carrete del proyector, y luego extraer la diapositiva.

Apunte 6c

COMO PRESENTAR MEJOR LAS DIAPOSITIVAS

(Por Grant W. Sharpe; tomado de PARQUES, 1977, Vol. 2, no. 2.)

Las presentes sugerencias se escriben pensando en quienes trabajan en los parques, pero son igualmente válidas para cualquiera que obtenga diapositivas en color y las muestre a otros acompañándolas con un comentario.

La presentación de diapositivas ofrece una combinación de lo antiguo y lo nuevo en el terreno de la comunicación. Cuando volvemos la vista hacia el remoto pasado hasta donde la imaginación nos lo permite, vemos gente que alrededor del fuego se dicen unos a otros dónde han estado y qué han visto y cómo era de alto el pasto del otro lado de las montañas. Nosotros seguimos haciendo hoy lo mismo, sólo que ahora disponemos de prueba de lo que decimos: nuestras diapositivas.

Este enriquecimiento en nuestra capacidad para la descripción no tiene por qué empobrecer la palabra hablada. De a las palabras el mismo colorido que a las fotografías, y la misma claridad. Para darles color, escójense términos expresivos, provocadores de imágenes. El disertante puede decir: "Aquí se muestra una hermosa puesta de sol en el lago de Santa María", o bien: "El lago de Santa María ofrecía un aspecto de gloria en aquel atardecer". Use verbos insólitos, analogías y metáforas que estimulen la imaginación: "una carpa dorada brilla en el aire como semilla de cardo"; "un cervato probándose sus nuevos cascos que le aprietan". Alegorías como éstas ayudarán a mantener al auditorio no sólo despierto sino vivamente interesado. Recuerde que las diapositivas son bonitas, pero hartantes. Hay que darles voz y hay que explicar su significado a los presentes.

El cuidado de las diapositivas

Debe mirarse que las diapositivas sean realmente hermosas y que ilustren con claridad lo que se desea expresar. Tan pronto como se recibe la caja con las recién reveladas deben examinarse, ya sea con un visor manual o con un proyector. Las diapositivas de poca apariencia, con exposición excesiva o pobre, con rayas o manchas de cualquier modo deficientes, deben descartarse. No deberían usarse las de posición vertical, pues no se adaptan bien a una pantalla hecha para vistas horizontales ni son aceptables para la TV, que tiene también disposición apaisada. Pero pueden usarse, desde luego, en publicaciones.

Las diapositivas se reciben montadas en un marco de cartón o material plástico. No siempre es posible hallar el tiempo para ordenarlas enseguida, pero siempre deben identificarse de inmediato con una etiqueta. Eventualmente el marco de cartón será descartado, de modo que hay que acostumbrarse a apuntar los datos esenciales: fecha, lugar, tema y el nombre del fotógrafo, si es otro que uno mismo. Estos datos se habrán anotado en la agenda fotográfica en el momento en que se tomó la fotografía, por supuesto, ya que puede no ser uno mismo el que luego ponga la diapositiva en su montura permanente.

Montaje de la diapositiva. Las transparencias que han de usarse con frecuencia deben protegerse montándolas en vidrio. Además, en esa forma no se salen de foco en el proyector y se mantienen fácilmente limpias. Existen muchas maneras de montar diapositivas en vidrio, según las diversas compañías comerciales, y cada cual tiene sus ventajas y desventajas. La colección Outdoor Recreation de la Universidad de Washington emplea un marco suizo de aluminio de color con vidrio que no descomponga la luz. Para limpiar el vidrio se usa paño de gamuza y para quitar las hilachas se recomienda un cepillo antiestático (Fig. 2). Para cerrar los bordes de los marcos de aluminio se usa un rizador. Las transparencias no han de montarse en períodos de mucha humedad porque la que se deposite entre los vidrios y la transparencia se condensará con el calor del proyector y producirá manchas en el film. Esta precaución es aconsejable aún cuando se use el vidrio especial.

Rotulación. Después de montarla, hay que asegurarse de que cada transparencia esté debidamente rotulada. Un rótulo completo incluye tema (arriba), lugar, fecha y fotografía (abajo). Puede añadirse quizás abajo el nombre de un parque o institución. Si va a formar parte de una colección, en la etiqueta deberá aparecer el número del registro. Las transparencias rotuladas de este modo son fáciles de archivar y, si han de utilizarse en una publicación, enseguida puede identificarse al fotógrafo y acreditársele el trabajo. Se sugiere el modelo presentado en la figura 3.

Depósito. Ya montadas y rotuladas, ¿qué hay que hacer con las diapositivas? Para que estén seguras y sean de fácil manejo es recomendable un fichero o archivador, cuyo tipo en gran parte dependerá de los recursos financieros de cada institución. Un método corriente para colecciones modestas consiste en el uso de láminas de plástico con capacidad para 20 transparencias (Fig. 4) que encuadernan en carpetas de hojas sueltas. Para quienes puedan costearlas, existen cajas apropiadas, algunas con capacidad para más de 6.700 diapositivas en 52 marcos de acero (Fig. 5). Cualquiera sea el método que se elija, la colección requiere un sistema de almacenamiento adecuado, un medio no sólo para guardar las transparencias sino para volver a ponerlas en su sitio después de usarlas.

Ver Figuras 1, 2 y 3 para apunte C6c en anexos gráficos.

Preparación de charla

Aunque se dan casos en que la charla debe hacerse sobre diapositivas que están a mano y hay que escribir el texto apropiado luego, lo ideal es que la presentación sea programada con cuidado escribiendo primero el texto y buscando después las transparencias, o haciendo otras nuevas que se ajusten al escrito.

Una forma de preparar la disertación consiste en utilizar unas hojas especiales de diapositivas para desarrollar el programa. Como se ve en la ilustración (Fig. 6), cada hoja contiene tres grupos de líneas paralelas. En ellas se escribe el asunto o mensaje. Si se usa una máquina de escribir corriente, en cada línea entrarán unas 8 palabras (que se leen en unos tres segundos). El total para cada transparencia equivaldrá a menos de dos minutos.

La página tiene a la derecha tres cuadros en blanco para bocetos a lápiz. Los esbozos expresan lo que se desea que ilustre la diapositiva en color. Cuando la serie demanda una proyección ciega o una transparencia con un título, se debe señalar esto en el cuadro del boceto y pasar al siguiente.

Presentación de la charla

Desde su aparición en los años 40, las transparencias en color de 35 mm y los proyectores para mostralas se han perfeccionado cada vez más. Como todavía subsisten algunos modelos antiguos, siempre que se hable de proyectores de diapositivas debe tenerse en cuenta esta diversidad en el equipo.

Disponer las diapositivas para el operador. Si no se está usando equipo de proyección automático, debe contarse con una caja apropiada. Darle al que proyecta una pila de diapositivas sujeta con una liga de goma es armar cisco, pues al quitarse la banda la pila puede fácilmente escurrirse. Se necesita tiempo y concentración, así como un estante o mesa para poner las vistas otra vez en orden, cosas que no se hallan a mano cuando está por comenzar la disertación.

En muchas sesiones de proyección aparecen transparencias invertidas, hilachas o marcas de los dedos y, peor que todo, espacios en blanco que golpean las pupilas y rompen la conexión del disertante con el auditorio. Selecciónese un operador confiable y hágase que la persona sepa que el éxito de la charla dependerá en parte de él o ella.

El equipo de proyección. Cuando sea posible, el equipo de proyección y la pantalla deberán colocarse antes del momento señalado para la exposición, y eso incluirá la posición de la primera transparencia en el proyector, bien enfocada y lista para mostrarse. La falta de esta preparación fundamental ocasiona demora y distracción y no representa ciertamente un inicio auspicioso. Aunque un comienzo ordenado puede pasar inadvertido por el auditorio, un principio desorganizado resulta embarazosamente visible.

Detalles que distraen. Si el equipo requiere que él que proyecta deba esperar

la indicación del que habla para el cambio de diapositiva, puede ocurrir que se distraiga a los presentes. La repetición constante de "la próxima, por favor", o "bueno", o "suficiente" es algo ya bastante malo, pero peor aun es dar golpecitos sobre algo, golpear el piso con el pie, castañetear con los dedos o golpear en la pantalla. Algunos disertantes evitan todo esto dejando simplemente de hablar hasta que el operador comprende y cambia la transparencia. Ninguno de estos métodos es satisfactorio.

Señales. Un lápiz linterna es un buen instrumento para hacer señales. Cubierto con la punta de un dedo, produce un resplandor rojizo, y eso puede hacerse tan hábilmente que casi nadie lo note, excepto el que proyecta, que está alerta.

Un sistema mejor y que uno mismo puede instalar consiste en una luz que se prende en el sitio del proyector. La luz ha de ser débil y estar oculta de modo que sólo el que maneja el proyector pueda verla. Bastan para instalar la señal unos 30 metros de cordón liviano envuelto en un carrete de cinta, una bombilla eléctrica y un interruptor de perilla. Los modelos de proyectores más nuevos tienen un mecanismo de control remoto con el que se hace correr la diapositiva, con lo cual se sortean todos esos problemas y la necesidad de que un operador maneje el proyector. Un puntero linterna, con el que se forma un haz de luz en la pantalla, es un instrumento útil para señalar ciertas áreas de la diapositiva sin tener necesidad de acercarse a la figura. Hay que cuidar de que se prenda sólo cuando el puntero está dirigido hacia la pantalla y que se apague antes de moverlo, pues de otro modo todos los ojos del salón se apartarán de lo proyectado para seguir el rayo de luz por la pared. Si no se cuenta con una linterna así, una vieja antena de radio de un automóvil puede muy bien servir de puntero si se le pone como asa un trocito de mango de escoba. Y cuando no está en uso se retrae.

La exposición. La propia voz del que habla es también un instrumento indicador y debe usarse con precisión y con prudencia. Muchos disertantes, por completo que sea su equipo, pecan al presentar cada transparencia con expresiones tales como "esta diapositiva muestra...", "ustedes ven aquí...", o "esta es una vista de...". No puede evitarse alguna referencia ocasional a la transparencia, pero hay que tratar de ser ingenioso. Nada resulta más efectivo que hablar de la escena como si uno y los oyentes estuvieran de pie en medio de ella. Si se tiene la vista de un cervato echado sobre una alfombra de hojas, puede decirse: "Si este cervato no se mueve, estará probablemente a salvo, pues no huele todavía y está camuflado por sus colores". Es un tipo de expresión mucho mejor que si se dice, por ejemplo: "Esta diapositiva muestra un cervato. Obsérvese cómo está disimulado entre las hojas". Dése por supuesto que uno está realmente allí; no se destaque la artificialidad del medio refiriéndose al hecho de que es una transparencia y no la vida real.

INTERP. C6b-6

Ver Figuras 4,5,6 y 7 para apunte C6c en anexos gráficos.

No hay que esperar a que aparezca cada nueva diapositiva para empezar a hablar sobre ella; anticipése con un comentario y hágase aparecer entonces en la pantalla. Se provocará así un flujo fácil de imágenes y monólogo.

Uso de transparencias titulares. Las transparencias de título orientan sobre el asunto de que se trata (Fig. 7). El público quizás desconozca el tema o ciertos aspectos de la exposición, pero una diapositiva de título puede aclararlos y tal vez facilitar la retención. Propiamente utilizadas, dan coherencia a la disertación.

De distintas maneras pueden lograrse diapositivas titulares de buena calidad.

Una consiste en fotografiar letras de título puestas sobre un fondo de color parejo; otra, en colocar las letras sobre una fotografía de color apropiada para el tema, y fotografiar el conjunto (Fig. 8). Los carteles de los parques sirven también para hacer excelentes diapositivas de título (Fig. 9). En esta clase de transparencias hay que limitar las palabras al mínimo posible, ya que mientras los oyentes leen pueden no estar escuchando lo que se dice. El título y los comentarios iniciales deben fluir juntos y reforzarse entre sí.

Diapositivas ciegas. Una proyección de pura luz en la pantalla al comienzo o al final de la charla constituye una distracción y una incomodidad innecesaria, y denuncia a un mero aficionado. La luz de la bombilla del proyector puede atajarse eficazmente con recortes de cartón del tamaño de los marcos de 35 mm, lo que permita iniciar y terminar la sesión cómodamente. El empleo de estas diapositivas ciegas o veladas realza mucho el profesionalismo de la presentación.

Fin de la disertación. Es buena idea hacer uso de una transparencia de clausura de alguna clase. Eso permite que los oyentes se sientan seguros de que la exposición ha terminado, y entonces pueden aplaudir o irse de prisa o hacer lo que mejor les parezca. La palabra "Fin" grabada sobre arena o contra la vista de una puesta de sol, ambas son formas excelentes de terminar una exhibición de transparencias (Fig. 10).

INTERP. C6b-8

Ver Figuras 8, 9 y 10 para apunte C6c en anexos gráficos.

Evaluación de la charla

Toda persona que acostumbre presentar diapositivas debe evaluar su habilidad de tanto en tanto. Aunque es a menudo difícil criticar o aceptar la crítica, el consejo amistoso es esencial, especialmente para los novicios. Un formulario de evaluación puede hacer esta tarea menos personal, y por lo tanto más fácil, especialmente si la crítica de un colega es culturalmente inaceptable. El modelo que se muestra es el usado para evaluar la presentación de diapositivas por los estudiantes de la Facultad de Recursos Forestales de la Universidad de Washington). Sus cinco divisiones tienen un valor total de 100 puntos. Los números de la derecha permiten al evaluador calificar el programa sobre una escala de pobre a excelente (1 a 5). Cuando el interesado se siente en condiciones (preferiblemente en la primera disertación), le entrega una copia de ese formulario a un espectador competente. Luego debe observar cuidadosamente las calificaciones recibidas y practicar en privado, tratando de mejorar donde las notas son más bajas.

Es aconsejable presenciar las exhibiciones de diapositivas de otros y observarlas con espíritu crítico. La percepción de las mejores cualidades de una disertación con diapositivas contribuirá a poder utilizar las de uno mismo con más provecho.

INTERP. C6b-10

SECCION III

METODOS DE INTERPRETACION NO-PERSONALIZADA

Tema 7

LOS SENDEROS INTERPRETATIVOS

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Enumerar las ventajas y desventajas de un sendero natural, y el "cuando" y "porqué" de su utilización.
2. Listar los pasos básicos en la planificación y diseño de un sendero natural.
3. Discutir los pros y contras de un sendero natural en su AP.

REFERENCIAS:

Ham, S. 1992; Morales, J. 1992; Sharpe, G. 1982. (Cap. 14); Berkmuller, K. 1981; Grater, 1976; Cuerpo de Paz, 1977; "PARQUES", Vol. 1(2); Vol. 5(2); Vol. 5(4); Vol. 8(3).

PRESENTACION:

- 1.1 Explicar que es un sendero interpretativo: normalmente autoguiado, de acceso relativamente fácil y cómodo, que permite al visitante recorrer un sitio, natural o cultural, en donde las características especiales y representativas del lugar se señalan y/o resaltan a través de medios de interpretación de una manera que provoque al visitante a pensar por si mismo en nuevas ideas y conceptos relacionados con la función del AP donde se encuentre.
- 1.2 Explicar las ventajas y desventajas de un sendero interpretativo.

Ventajas:

- Se autoexplica, eliminando la necesidad de personal.
- Está abierto todo el tiempo, así que el visitante no necesita ajustarse a un horario para aprovecharlo.
- Gran número de personas puede visitarlo en relativamente poco tiempo.
- Es una manera rápida y barata para interesar y educar al público sobre los valores del AP, o algunas características especiales del AP.

Desventajas:

- La comunicación tiene una sola dirección y no hay lugar para clarificar dudas o responder a preguntas.
- El mensaje del sendero tiene que ajustarse a un auditorio "promedio", por lo tanto será muy simple para algunos y muy sofisticado para otros.
- Es más difícil mantener el interés del visitante.
- Es difícil controlar el vandalismo.
- Al pasar el tiempo, la "historia" del sendero tendrá que cambiar al evolucionar el ambiente natural.

INTERP. C7-2

- 2.1 Por lo general un sendero interpretativo debe ser diseñado y planificado según los lineamientos establecidos en el Plan de Manejo y si existe, el Plan de Interpretación Ambiental. Estos documentos dictarán el tema del sendero, lugar donde será construido y el método que se usará para interpretar el sendero. En muchos casos ninguno de éstos documentos existirá y el intérprete tendrá que tomar estas decisiones sin directrices oficiales.
- 2.2. Explicar los diferentes métodos para efectuar la interpretación en un sendero de interpretación:
- letreros con texto;
 - postes enumerados para usar en combinación con panfletos;
 - combinación de los dos anteriores.
- 3.1 Explique los pasos para la elaboración de un Plan Conceptual de un sendero (Ham, 1992):
- a. Familiarizarse con el ambiente del sendero;
 - b. Dibuje un mapa o croquis del sendero que indique la ubicación de rasgos importantes e interesantes.
 - c. Decida el tema del sendero (basado en una evaluación de las necesidades de manejo del area, los objetivos del programa de interpretación, y los rasgos existentes en la ruta del sendero).
 - d. Seleccione las paradas, y desarrolle un mapa temático, o sea el tema interpretativo para cada parada;
 - e. Prepare una esquema que muestre como se vería la interpretación en cada parada. Reciba las opiniones de otras personas. Use los modelos diseñados para obtener financiamiento.

ACTIVIDADES:

- Mostrar diapositivas de los varios componentes de un sendero natural; letrero de entrada (tema), superficie del sendero, puntos de interpretación, puentes, visitantes, letreros y folletos de interpretación etc.
- Llevar a los visitantes a conocer un sendero natural cercano y hacer que analicen el tema, número y objetivo de los puntos de parada, la ruta, condiciones físicas y mantenimiento.
- Pedir que la clase planifique y diseñe un sendero en un lugar cercano; no tiene que estar ubicado en un AP.
- Hacer que la clase construya un sendero natural en un lugar cercano y si hay tiempo, elaborar los letreros o folletos requeridos.

Temas Relacionados:

Módulo B (Protecc.): Tema 4
Módulo C (Interp.): Temas 9, y 12
Módulo F (Manten.): Tema 4

Apunte 7a

DIRECTRICES PARA EL DESARROLLO DE SENDEROS INTERPRETATIVOS
EN AREAS PROTEGIDAS

UBICACION

1. El sendero debe estar ubicado donde la mayoría de los visitantes lo pueden encontrar fácilmente; puede estar cerca a un centro de visitantes, u otro lugar de concentración de visitantes.
2. El sendero debe tener lugar de tamaño adecuado para un estacionamiento de vehículos.
3. La entrada debe atraer al visitante.
4. Normalmente un sendero natural tiene un rasgo sobresaliente que se utiliza como tema o nombre del sendero; p.e. una cascada, un árbol grande, etc. Sin embargo, en la selección de los puntos de interpretación hay que considerar también los problemas y otros temas ambientales que el manejo del AP y la buena conservación de la región en general requieren.
5. Por lo general estos senderos son cortos, entre 0.5 y 1.5 km de largo, que se pueden recorrer entre 30 y 60 minutos.
6. Idealmente el sendero se construye en forma de circuito, comenzando y terminando en el mismo sitio.
7. Evitar pendientes fuertes, areas mojadas, y otros obstáculos que impidan el tránsito fácil del visitante por el sendero.
8. La ruta precisa del sendero será definida después de que se efectúe un reconocimiento general del lugar seleccionado para el sendero. Durante el recorrido general, se deben anotar las características sobresalientes y representativas que posiblemente serán utilizadas como puestos o puntos de interpretación. También se anotarán los rasgos físicos que dificultarán y/o facilitarán la ubicación del sendero. Luego se dibuja un croquis del lugar. Después de estudiar la información obtenida, se procede a fijar los puntos precisos objetos de la interpretación y se define la ruta exacta del sendero.
9. Hay que evitar tramos rectos. Un sendero con curvas es mucho mas interesante.
10. Acercar el sendero a ríos, riachuelos, lagos, y otros cuerpos de agua, ya que ellos además de presentar muchas posibilidades de interpretación, también son muy atractivos para el visitante.
11. En la construcción del sendero, asegure mantener el ambiente en el estado más natural posible, evitando el corte de árboles y excavaciones

extensivas.

12. Evite pendientes fuertes para facilitar el paso del visitante, quien a veces no estará en buenas condiciones físicas, procure que el sendero tenga por lo menos un metro de ancho y si es posible, un metro y medio. Cuando el material que constituye la superficie del sendero no es muy resistente, habrá que substituirlo por otro material (grava, lastre etc.). En caso que el sendero vaya a recibir un uso alto, habrá que pensar en colocar una superficie bastante dura, tal como el asfalto, intentando que su coloración y textura sea compatible con el ambiente natural.

LOS TEMAS

1. En lo posible, un sendero debe tener un tema general que orienta su interpretación; p.e. el bosque lluvioso, el Rio Palenque, la vida de un riachuelo, la utilidad de árboles para el hombre y los animales. Pero también, se interpretan puntos en un sendero sin tomar en cuenta un tema orientador, o sea de interés general.
2. Los temas de los puntos a interpretar tendrán relacion con lo que se observa del sendero, y serán orientados hacia:
 - explicaciones de procesos naturales; p.e. la formación de cuencas, cárcavas, cuevas, islas etc. por la acción del agua; la descomposición de un tronco, o de materia orgánica en el suelo; la formación de suelos, dispersión de semillas etc.
 - explicaciones de la historia natural: p.e. nidos de abejas, aves etc.
 - indicar formaciones geomorfológicas; p.e. cochas, fallas geológicas, morrenas glaciales etc.
 - asociaciones y dependencias de fauna y flora; p.e. hormigas con acacias, osos con frutas, monos con otras frutas, asociaciones y comunidades típicas de vegetación, etc.
 - explicaciones de relaciones que parecen insignificantes, pero que dentro del ecosistema, son muy importantes.
 - explicaciones del impacto humano sobre el ecosistema y el lugar del sendero; p.e. plantas exóticas, el corte de madera etc.
3. Cuando sea apropiado, mencionar cómo lo observado en el sendero, tiene influencia en el manejo del AP; p.e. en ciertos lugares se quema intencionalmente el pajonal para mantener un habitat apropiado para un animal en peligro de extinción.
4. Los mensajes presentados deben tener una orientación tendiente a ilustrar conceptos conservacionistas.

COMO EFECTUAR LA INTERPRETACION

1. El sendero debe tener un nombre que a la vez estimula la imaginación y que representa algún rasgo o característica sobresaliente encontrado en el sendero.
2. En la entrada, se debe señalar la distancia y tiempo estimado necesario para recorrer el sendero; idealmente sería bueno presentar un mapa de la ruta.
3. Existen dos maneras de interpretar un sendero natural: por medio de letreros ubicados en los sitios apropiados y por medio de estaciones numeradas en el sendero que se refieren a un folleto que tiene el visitante al recorrer el sendero.
4. Los letreros ubicados en los sitios apropiados contienen un texto que se refiere a algún tema de interés en el sitio. A veces se incluye un dibujo simple.
5. Las estaciones numeradas y el folleto no tienen la misma función que los letreros; sin embargo pueden incluir más información dado el medio de presentación. Existen varios sistemas de facilitar estos folletos al público. Normalmente el folleto se encuentra en un recipiente protegido del clima en la entrada del sendero. Aquí el visitante lo puede recoger y llevar en su recorrido. En algunos lugares se pide que el visitante deje una cuota para cubrir el costo del folleto; en otros se pide que devuelva el folleto al regresar de su recorrido; en otros se la da la opción. Vale la pena recordar que la mayoría de las personas ponen mayor atención cuando algo les ha costado. Un folleto regalado frecuentemente termina como basura.

La desventaja con los folletos es que se requiere atención diaria para asegurar que siempre haya los folletos disponibles para el público; también el AP tiene que reimprimirlos periódicamente, algo difícil para muchas áreas de pocos recursos.

6. Los textos deben ser correctos, interesantes, breves, y fáciles de comprender. Pero, deben ser más que informativos; una mera etiqueta que informa el nombre de un árbol no es interpretación, sino información. ¿Cual es el origen del nombre común del árbol? ¿Cuales aves y animales dependen de el para su alimentación, o casa? ¿Es el árbol común o raro en el lugar? ¿Porqué? Se debe hacer lo posible para estimular al visitante a pensar; el enfocar relaciones, procesos y asociaciones resulta muy provechoso y útil en este sentido.
7. Los letreros tienen que ser diseñados tomando en cuenta:
 - posibilidades de vandalismo
 - condiciones climáticas
 - posibilidades de reemplazarlos con relativa facilidad

Existen Algunas Opciones:

INTERP. C7a-4

- madera grabada y pintada
- serigrafía sobre madera, plástico y metal
- placas metálicas grabadas (normalmente de aluminio)
- papel plástico.

Apunte 7b

LISTA PARA ELABORAR UNA PARADA TEMATICA

(Tomado de Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL: UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PEQUENOS PRESUPUESTOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

Tiene un título-tema (no sólo un título-tópico)

Enfoca inmediatamente a un rasgo visible y de interés

Explica el rasgo rápidamente y de manera interesante

Relaciona el tema de la parada con el tema general del sendero

Contiene menos de 65 palabras

Tiene oraciones cortas (menos de 20 palabras cada una)

Usa verbos simples, activos cuando es posible

Contiene un lenguaje familiar y no usa términos técnicos

Usa ayudas visuales para ilustrar el mensaje

Estimula en lo posible la participación de la audiencia
(haciendo preguntas o sugiriendo a los visitantes hacer o buscar algo)

LA FOTOGRAFIA Y LA INTERPRETACION

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Describir el funcionamiento y mantenimiento de una cámara fotográfica de 35 mm.
2. Describir como organizar y cuidar un archivo de diapositivas.
3. Tomar fotografías adecuadas usando una cámara fotográfica de 35mm.

REFERENCIAS:

Ham, 1992; Sharpe, G. 1982. (Cap. 20); "PARQUES", Vol. 3(1); Vol. 6(4); Vol. 9(3/4).

PRESENTACION:

NOTA: El desarrollo óptimo de este tema requiere varios días, y la colaboración de un instructor experto en fotografía.

1.1. Explique la utilidad del equipo fotográfico para el interprete:

- captar paisajes del AP e imágenes de la belleza y el comportamiento de su flora y fauna;
- exhibición de fotografías, paneles, etc.;
- proyección de diapositivas;
- enviar a la prensa fotografías para su difusión;
- tomar fotografías de evidencias de infracciones;
- fotografías que ayudan a monitorear cambios en las condiciones del AP; e.g. impacto turístico.

1.2. Describa los equipos básicos de fotografía:

- Cámaras. Normalmente se recomienda una cámara mecánica de 35mm, no una electrónica o automática, para trabajos en áreas aisladas, y donde su reparación es difícil. Este tipo de cámara es menos susceptible a los problemas causados por el maltrato, las condiciones climáticas adversas, etc.
- Lentes. Como mínimo un gran angular (28 o 35mm), y un telefoto (135mm o más). Un lente de 200mm o más si se desea fotografiar fauna a distancia. Pensar en un trípode para los telefotos. Con el lente "zoom" se puede considerar el uso de un lente que cubre un rango grande p.e. 80-200mm.

- Estuche. El fotógrafo que trabaja con más de un lente requiere un estuche grande -o una mochila pequeña fabricada especialmente para transportar una cámara con algunos lentes, rollos de película, etc. - ya que el estuche que a veces viene con la cámara es inútil para cuando se trabaja con más de un lente. La cámara y los lentes nunca se deben transportar sin protección suficiente.
- Rollos de película. La película a usar dependerá de las opciones disponibles y las necesidades del trabajo. Existen muchas opciones. Para fines profesionales, la Kodachrome 64 es la mejor, pero es más cara que otras y difícil de revelar en muchos países. Otros tipos son más baratos, y, para la mayoría de los propósitos, suficientes.
- Proyectores de diapositivas. Existen muchas marcas y tipos, pero el proyector estándar es el Kodak Carousel, que existe en varios modelos. Los modelos de tipo "Ektagraphic" son los mejores; son más caros, pero más duraderos.
- Otros accesorios fotográficos son aconsejables para algunas situaciones específicas: filtros, flash, lentes macro, etc.

1.3. Discuta las limitaciones de los equipos fotográficos:

- Costo. Fácilmente una cámara con dos o tres lentes puede costar más de \$700 dólares US; la película y su revelado también son muy costosos.
- Mantenimiento. El equipo fotográfico (especialmente la superficie de los lentes y los mecanismos mecánicos) debe ser limpiado cada vez que se use, dejándolo libre de humedad y polvo. Cuando no está en uso, debe ser guardado en un lugar seco y fresco; y si se está en la costa o se viaja por ríos, lagos, etc. se debe mantener en bolsas de plástico.

1.4. Mostrar una cámara mecánica típica, y explicar todos los mecanismos: como funcionan, el papel de cada uno, etc.

1.5. Describir los principios tras los controles del tamaño de la apertura (F-stop) y de la velocidad del obturador. Explicar como la interacción de ellos determina la cantidad de luz que llega a la película, y el rango de distancia al que estará enfocada la fotografía; explicar el significado del número ASA.

2.1. Mostrar como funciona un proyector de diapositivas.

2.2. Explicar las opciones para adquirir los equipos en su país.

2.3. Hay varios puntos a explicar en cuanto al uso y organización de diapositivas, las cuales son la herramienta principal para el intérprete en muchos medios de interpretación.

- Almacenamiento: Las diapositivas deben ser guardadas en un lugar fresco, seco, y oscuro. De no ser así, se llenarán de hongos con el tiempo, y perderán su color. Algunos métodos para guardar

diapositivas (sílice, cuarto deshumidificado, etc.) deberán ser presentados.

- Archivo: Cada AP debe contar con un archivo de diapositivas para uso en programas de interpretación y relaciones públicas. Existen archivos especiales para almacenamiento de diapositivas, así como hojas de plástico que permiten que las diapositivas puedan ser revisadas sin tocarlas individualmente.

Deben existir dos archivos, uno para originales, y otro para duplicados. Para uso normal y común, NUNCA se deben usar diapositivas originales, ya que cada vez que son proyectadas pierdan un poco de su color. Las presentaciones que se realizan comunmente pueden ser guardadas en un carrousel listo para proyectar. Es preferible usar los carrouseles de 80 diapositivas; los de capacidad de 140 a veces se traban.

Las diapositivas deben ser organizadas de alguna manera que facilite su ubicación. Normalmente se archivan segun temas. Cuando una diapositiva representa más de un tema, se indica esto en el índice. En los apuntes se sugiere una lista de temas posibles; sin embargo, cada AP tendrá temas específicos para su situación particular.

ACTIVIDADES:

Permita que cada participante coja la cámara y que la maneje, primero sin rollo de película, luego con rollo de blanco y negro. Revele la película para ver los resultados.

Presente diapositivas de la misma escena tomada con distintos lentes, y muestre la diferencia entre ellas.

Muestre a través de diapositivas la diferencia entre fotografías buenas y malas.

Si existen suficientes cámaras, divida al grupo en equipos, asigne un tema, y manderles a tomar fotos; revelados los rollos, pídales que determinen cuál equipo tomó las mejores fotos.

Explique la técnica tras la estética en la toma de fotos, y las muchas opciones que existen.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo B (Protecc.): Temas 3 y 4

Módulo C (Interp.): Temas 6,9,10,11 y 12

Apunte 8a

SUGERENCIAS PARA POSIBLES TEMAS Y FORMAS DE GUARDAR DIAPOSITIVAS EN CLIMAS HUMEDOS**A. Temas posibles para la organización de un archivo de diapositivas de un AP:**

- | | |
|-------------------|--|
| 1. Rasgos físicos | 5. Peces, anfibios, reptiles |
| - ríos | 6. Invertebrados |
| - lagos | 7. Flores |
| - cascadas | 8. Otras plantas |
| - montañas | 9. Historia |
| 2. Geología | 10. Arqueología |
| - volcanes | 11. Actividades y facilidades del AP-formaciones |
| 3. Aves | 12. Actividades de visitantes |
| - marinas | 13. La atmósfera y el cielo |
| - terrestres | 14. Cambios estacionales |
| 4. Mamíferos | 15. Impactos ambientales |
| - nativos | 16. Miscelaneo |
| - no-nativos | 17. Otras áreas del sistema de AP. |

Cada diapositiva debe llevar información sobre: el fotógrafo, fecha de la fotografía, lugar, nombre común y científico de la especie si es aplicable y otros datos pertinentes.

(Adaptado de Roth, R. 1986. "Comunicación y Educación Ambiental para Técnicos")

B. Limpieza

Remueva hongos y otras suciedades de diapositivas usando bolitas de algodón empapadas con alcohol etílico. El alcohol etílico se puede aplicar a ambos lados de la diapositiva sin causar daños, siempre y cuando se aplique con mucho cuidado. Use una ligera moción circular para aplicar el alcohol y seque el exceso con una bolita seca de algodón para que no queden residuos. En algunos casos, habrá que repetir el proceso. Si las diapositivas permanecen con hongos y suciedades por mucho tiempo el daño es permanente.

C. Almacenamiento

Guardar diapositivas en climas tropicales requiere especial cuidado para protegerlas de hongos. Algunos han usado sílice (gel de sílice) exitosamente, colocando una cantidad con las diapositivas en un recipiente sellado. Se pueden usar simples galletas de vainilla, de las secas y duras, de igual manera. Tanto el sílice como las galletas absorben la humedad, y requieren que se les seque lentamente en un horno de baja temperatura cada 2 a 3 meses, según la frecuencia con que se abra el recipiente. Las cámaras y lentes se pueden guardar de la misma forma. Se debe evitar el contacto directo de las diapositivas, cámaras etc. con el sílice o las galletas

Otro método involucra el corte de huecos de 6 pulgadas de diámetro en los lados superiores e inferiores de 3 ó 4 cajas de madera, sin rendijas. Se montan una sobre otra emparejando los huecos para que puedan actuar de chimenea. En la caja inferior se coloca un foco de 25 vatios, el cual produce calor que circula por todas las cajas a través de los huecos. Dentro de todas las cajas se colocan tiras de madera para permitir la ubicación de varias bandejas de diapositivas; dejando espacio siempre para la circulación de aire. Siempre y cuando las diapositivas estén limpias, pueden ser almacenadas con seguridad en forma permanente.

Apunte 8b

EQUIPO FOTOGRAFICO BASICO

(Por Mark N. Boulton, tomado de
"PARQUES", 1978, Vol. 3, no. 1)

¿Para qué fotografiar? Muy simple, porque gran parte del trabajo en los parques nacionales consiste en registrar información o comunicarla a otros, y la fotografía puede jugar un papel muy importante en esa labor. Una buena colección de fotografías--y la pericia en manejar la cámara--pueden ser sumamente importantes en muchos aspectos de la administración de un parque.

El material fotográfico ha sido muy usado para exhibiciones en centros de educación y museos, en la preparación de material didáctico, en la investigación de cambios del hábitat, para ilustrar artículos científicos y de información general en revistas y diarios, lo mismo que guías y folletos para visitantes, para documentales y exhibiciones en los parques, y para charlas, informes y volantes.

Resumiendo, una colección de fotografías bien documentada y la habilidad para realizarlas de acuerdo con las necesidades es un recurso de vital importancia para gran variedad de propósitos.

¿Qué clase de cámara?

La tecnología moderna ha puesto a disposición del usuario una variedad cada vez mayor de cámaras del tipo de "enfocar y disparar", las cuales hacen casi todo por sí mismas, excepto seleccionar el objeto. Aunque correspondería examinar aquí la gama del equipo disponible, parece más apropiado ofrecer un asesoramiento práctico basado en la experiencia.

La cámara ideal para el personal de parques sería una de uso rápido y fácil, pequeña pero lo bastante flexible como para poder tomar fotos en muy diversas situaciones. Aunque se han hecho muchos trabajos útiles con pequeñas cámaras de "visión directa" automática (esto es, con visor óptico, que es bien diferente de la lente) el autor recomienda que la cámara básica para el trabajo en los parques--en realidad, para el trabajo en general en el campo de la conservación--sea la cámara reflex de objetivo simple (SLR), con película de 35 mm. (El tamaño de la imagen es de 36 x 24 mm.) Este tipo de cámara permite al fotógrafo ver el objeto a través del mismo objetivo que toma la foto cuando se pulsa el disparador. Hay varias razones en pro de esta referencia:

Precio: Hoy existe una gran variedad de modelos de cámaras de 35 mm SLR, y algunas, que darán resultados perfectamente satisfactorios, tienen precios bien razonables.

Tamaño: Las cámaras SLR de la nueva generación son más pequeñas y livianas que sus antecesoras. Algunas pesan poco más de 500 gramos, y sin embargo son bien sólidas.

Versatilidad: La mayoría de estas cámaras disponen de una gran cantidad de accesorios--lentes, filtros, equipo revelador, etc.--todo lo cual se puede agregar a la unidad básica para aumentar en gran manera las posibilidades del fotógrafo.

Exposición: Casi todas estas cámaras traen ahora incorporado el fotómetro a través del objetivo (TTL), y por lo menos las de modelos más costosos, y muchas tienen además un sistema de exposición automática (a menudo abreviado EE), y son así cámaras de "enfocar y disparar" mucho más automáticas, pero con la opción de poder usar además los controles manuales cuando se desee.

INTERP. C9-2

Costo del film: Los "gastos corrientes", esto es, el costo de la película para cámaras de 35 mm es generalmente más bajo, especialmente si se compra en cantidad y luego se enrolla en carretes a medida que se va necesitando.

De manera que, en suma, una cámara pequeña de 35 mm SLR, con fotómetro (TTL) si es posible, y tal vez con exposición electrónica, es lo que se recomienda para cualquiera que intente "que la fotografía funcione" en el campo de la conservación.

Cuando se compra una cámara debe insistirse en que entreguen con ella un manual de instrucciones y un prospecto de los accesorios disponibles. Es esencial estudiar el manual de instrucciones meticulosamente. En él se encontrará la descripción completa de la cámara y de sus posibles usos. Cada marca tiene sus características, aunque todas tienen mucho en común. Si se desea obtener buenos resultados, es menester comprender desde el principio lo relativo al fotómetro, al enfoque, a la composición y a las limitaciones de la cámara. Después de aprenderse bien el manual, la experiencia será el mejor maestro.

¿Qué clase de objetivo?

La mayoría de las cámaras reflex de un solo objetivo se venden con una lente "normal". Esta tiene comúnmente una distancia focal de unos 50 mm y registra en la película la escena que normalmente alcanza el ojo humano. Proporciona el tipo de foto de tarjeta postal.... Este objetivo normal, sin embargo, está solamente atornillado o ajustado al cuerpo de la cámara y se puede cambiar por diversos otros objetivos para tareas especiales.

Una de las características de las cámaras SLR es que los objetivos pueden cambiarse en cualquier momento. Los diversos tipos los suministran no sólo los fabricantes de la cámara sino también muchas compañías independientes que se especializan en la fabricación de objetivos, a menudo a precios quizás más bajos.

¿Qué otros objetivos deberá elegir el fotógrafo de un parque? La respuesta depende, por supuesto, de la naturaleza de las tareas principales que deba efectuar. De todas maneras, es del caso formular aquí un par de sugerencias prácticas.

Quiquiera que esté interesado en fotografías de cerca ("close-ups")--sea de insectos, de la estructura de una hoja o de la huella de un animal del campo, o bien de mapas u otros documentos de oficina--deberá considerar la conveniencia de emplear un macro-objetivo en lugar del objetivo normal de la cámara. Con aquél se podrá realizar el trabajo corriente del objetivo normal, pero además el fotógrafo podrá tomar fotos de "tamaño natural". Así, un escarabajo de sólo 3 cm de largo puede llenar casi todo el cuadro, y estar todavía en foco. Este objetivo tiene la desventaja de ser algo más pesado y de bastante mayor precio que los normales. Existen objetivos para "close-up" menos costosos para la mayoría de las cámaras SLR; están hechos para ajustarlos delante de los objetivos normales. Para tomar fotos de cerca con precisión y para trabajos de revelación, existen también tubos de extensión y fuelles, así como película especial para lo segundo.

Quienes quieran tomar fotos de pájaros u otros animales para utilizarlas en exhibiciones, conferencias, informes, etc., deben pensar en disponer de un teleobjetivo, además del objetivo normal. En general, un teleobjetivo con distancia focal de 135 mm cumplirá con muchos propósitos. Con él se logra el efecto de poner el objeto unas tres veces más cerca que con el objetivo

Ver Figura 1 para apunte C8b en anexos gráficos.

normal, de modo que la figura de un león, por ejemplo, tomada desde unos 30 m con un objetivo ordinario, aparecerá muy pequeña en la fotografía, mientras el mismo objeto, desde el mismo sitio, pero con lente de 135 mm, parecerá haber sido fotografiada desde sólo unos 12 m. Como resultado, la figura del león aparecerá mucho más grande. Un teleobjetivo de 200 mm aumentará el tamaño del objeto unas cuatro veces, uno de 300 mm, seis veces, y así sucesivamente. Los teleobjetivos más largos son particularmente útiles para los ornitólogos y para investigadores interesados en fotografiar objetos desde cerca sin perturbarlos. Lamentablemente, cuanto más largo es el teleobjetivo, también más grande, más pesado y más costoso es, y mayor la dificultad de tomar las fotos claras y nítidas sosteniendo la cámara en la mano. El teleobjetivo aumenta también el movimiento, de manera que es importante tomar las fotos con velocidades mayores. Como regla general, no debe usarse una velocidad menor que la distancia focal del objetivo. Así, con uno de 135 mm debe usarse una velocidad al menos de 1/125 de segundo (o, mejor, de 1/250), y con uno de 300 mm, una velocidad de 1/250 o 1/500 de segundo.

Otro tipo de objetivo útil, pero mucho más caro, es el llamado zoom, el cual puede cambiar su distancia focal mientras se está enfocando. Un tipo de zoom frecuentemente usado tiene una distancia focal de 70 a 210 mm, y algunos ejemplares traen montado un sistema "macro" que permite utilizarlos también para fotografías de cerca o "close-ups". Es un hecho que los objetivos zoom son más costosos y de tamaño mayor y que regularmente no producen fotos tan nítidas como los de foco fijo, pero ofrecen gran flexibilidad, particularmente al usarlos en trabajos de composición.

Finalmente, debe mencionarse el objetivo gran angular. Como el nombre lo indica, este objetivo cubre un campo visual mucho mayor que el normal. Un objetivo gran angular de 28 mm abarcará en la fotografía un campo casi doble que el normal, tomada desde la misma distancia del objeto. En general, este objetivo no es de tanta importancia para el conservacionista como los mencionados antes, pero tiene su puesto en el equipo del fotógrafo. Hace que los objetos próximos parezcan más cercanos y los distantes más alejados, dando así una impresión de profundidad. Puede usarse también como "foco fijo", lo que resulta muy útil para tomas rápidas de un objeto en movimiento.

¿Qué clase de película?

Seleccionada la cámara, el siguiente paso es decidir qué clase de película usar. Para las cámaras de 35 mm existe gran variedad de marcas y tipos.

INTERP. C9-4

En muchos casos, la película en blanco y negro es todo lo que se necesita, y ésta viene en muy diferentes grados de sensibilidad y granularidad; pero, por

supuesto, la fotografía en color será preferida cuando las condiciones de luz sean buenas y para registrar el "color vivo" de los objetos.

Deberá elegirse el tipo de película de color que va a usarse. Aunque se pueden hacer fotos en blanco y negro de diapositivas en color hechas con película positiva (con cierta pérdida en la calidad), lo inverso, por supuesto, no es posible. Una alternativa consiste en usar film de color negativo, el que normalmente se vende para copias en color. El autor considera que éste no es un material muy conveniente, por cuanto resulta difícil evaluar el resultado de negativos de color, y hacer con eso diapositivas y copias (aunque es posible, tanto en color como en blanco y negro) resulta más bien costoso. Se pueden hacer buenas copias en color de diapositivas en color.

Si se piensa usar las fotos especialmente para conferencias o para ilustrar guías o folletos--o en los casos en que el color importe por sí mismo--debe entonces emplearse el film de diapositiva en color (color positivo). Existen muchos tipos de película para diapositiva en color en una gama de sensibilidad bastante amplia. Selecciónese una marca bien conocida y, si todavía se duda, obsérvese cuál usan los fotógrafos de revistas de calidad: a menudo se indica allí la marca y el tipo de la película utilizada.

Si el propósito principal es registrar la vegetación, el comportamiento de animales, preparar exhibiciones en los parques, o cosas así--situaciones todas en las que se requiere máxima claridad y precisión--, úsese película en blanco y negro, la cual es, por cierto, mucho más barata.

Si tomar fotografías es parte muy importante del trabajo--como, por ejemplo, en la tarea de coleccionar material sobre recursos para programas educacionales de conservación--la solución final será probablemente munirse de una segunda cámara, pero sin necesidad de adquirir un segundo objetivo. De esa manera puede tenerse una cámara cargada con película en blanco y negro y la otra con film de color, y simplemente habrá que cambiar el objetivo de una a otra.

Otra advertencia: cualquiera sea la película que finalmente se elija, uno debe quedarse con ella. Pronto se aprende a conocer qué puede obtenerse y qué no de determinada película, y uno se pone también práctico en cuanto a la clase de exposición que se requiere bajo condiciones diferentes. Aun los mejores fotómetros a veces fallan o las pilas se agotan, y es importante ser capaz de obtener fotografías aceptables sin apelar a todos los adminículos automáticos....

Una película en blanco y negro de una sensibilidad media de 125 ASA (generalmente el manual de la cámara indica la sensibilidad del film) responderá a los requerimientos aun del fotógrafo más exigente. Quienes deban trabajar de noche puede ser que necesiten película de mayor sensibilidad, y hasta que tengan que modificar el proceso para hacerlo más rápido. Una película en blanco y negro de sensibilidad mediana tiene la ventaja de un granulado bastante fino pero suficiente como para permitir tomas a mano más rápidas, evitándose el sacudimiento de la cámara. La experiencia ha demostrado que pueden hacerse ampliaciones de hasta 2 m x 1 m con resultados satisfactorios.

Las películas de 35 mm vienen en cómodos carretes de metal o de plástico que se cargan directamente en la cámara y que normalmente contienen 20 o 36 exposiciones, siendo los de 36 proporcionalmente más baratos. Para mayor economía puede comprarse el film en largos de 17 a 30 m, y luego enrollarlo en

los carretes en la medida que se requiera y, por supuesto, en la oscuridad.

¿Qué otros accesorios?

Sin duda esto depende, una vez más, de las necesidades del fotógrafo, para quien el presente artículo no puede hacer más que esbozar reglas básicas.

Debe ponerse ciertamente atención en un pequeño aparato electrónico de luz relámpago ("flash"), actualmentea de fácil adquisición. Este dispositivo puede dar un número casi infinito de destellos o relámpagos, y a menudo viene con control de exposición automático. El relámpago simplemente rebota en el objeto principal y anula la fuente de luz cuando ya ha penetrado la cantidad suficiente. El aparato permite cierta independencia en cuanto a la luz se refiere, y es particularmente útil para fotografía de interiores y "close-ups". Debe recordarse, sin embargo, que para objetos ubicados a más de 15 m de distancia (la distancia real depende últimamente de la sensibilidad de la película que se emplee), se necesita un sistema algo mayor y más caro de relámpago fotogénico.

Cuando se utilizan con frecuencia teleobjetivos, o cuando se realiza trabajo de corta distancia, resulta importante y aun esencial el uso de un trípode para evitar el sacudimiento de la cámara, especialmente cuando se tropieza con condiciones de luz deficiente. Cuando la cámara se maneja exclusiva o mayormente desde un vehículo estacionado, se puede adherir un pequeño soporte en el borde de la ventanilla. Otra posibilidad, y mucho más económica, consiste en llenar parcialmente con arena una bolsa de tela tupida y apoyarla en el borde de la ventanilla. Esto proporciona una excelente plataforma sobre la cual se pueden apoyar incluso objetivos bastante lejos.

Los filtros y los capuchones son también en gran medida una cuestión de elección personal, como en última instancia lo son muchas de las posibilidades en el campo fotográfico. Es por cierto una idea buena colocar un filtro ultravioleta (UV) o antiniebla delante de cada objetivo. Esto ayuda a reducir la neblina y suministra valiosa protección a la superficie de la lente cuando se trabaja en el campo. Es mucho más barato reemplazar un filtro que limpiar la superficie de una lente.... La mayoría de los demás filtros suelen ser para "efectos especiales", y no deben preocuparle al principiante. Los capuchones (que los buenos objetivos traen a veces ya incorporados) ayudan a proteger el objetivo de la luz parásita, que de otra manera causaría reflejos inconvenientes dentro del mismo. Además, también proporcionan al propio objetivo mayor protección.

Transporte y protección del equipo

Para viajar por zonas donde haya mucho polvo y las cámaras puedan resultar dañadas, el fotógrafo hará bien en munirse de una caja con forro interior de aluminio espojoso, que protegerá al equipo del polvo y de las sacudidas. También se puede acolchonar con material esponjoso una valija común, y recortar luego el relleno para acomodar cada pieza de equipo. Lo mejor es prepararse uno mismo esa valija de manera que responda a la propias necesidades, acordándose de ordenar todo de modo que quede más a mano lo que más frecuentemente vaya a usarse. Si se espera usar a menudo un teleobjetivo de 200 mm, por ejemplo, colóquese éste en la cámara en lugar del objetivo normal al hacer los nichos en la valija.

Aunque ideal para manejarse desde un vehículo, el elemento que acabamos de describir es, sin embargo, de poca utilidad en una caminata o en el lomo de un elefante.... En casos así es mejor envolver cada objetivo en un paño fino esponjoso y llevar las cámaras y los objetivos en un morral o mochila resistente. Si hay que soportar mucho polvo, debe tenerse la precaución de llevar varias bolsas limpias de plástico, ya que la mayoría de las cámaras SLR modernas se pueden hacer funcionar aun teniéndolas dentro de una de esas

INTERP. C9-6

bolsas, dejando siempre que el objetivo sobresalga cuando se toma la fotografía, lo que debe hacerse con el filtro protector UV puesto. Este procedimiento es particularmente práctico en los casos en que la cámara pueda estar expuesta a salpicaduras de agua salada. A las cámaras fotográficas no les gusta el agua de mar..., y, en realidad, cualquier forma de humedad les es perjudicial. Deben protegerse así mismo de una exposición prolongada al sol o al calor.

Algo acerca de la técnica

En pocas palabras, puede decirse que la técnica y la pericia se desarrollan con la práctica, y también que se dispone de una abundante bibliografía sobre la materia. Existen muy buenos folletos de instrucciones para la mayoría de las cámaras del sistema SLR, los cuales tratan no sólo de las características de los distintos modelos y accesorios sino también del proceso de copia, del modo de viajar con una cámara fotográfica de cerca y de muchos otros aspectos técnicos. La mejor recomendación práctica es usar lo que se tenga y analizar cuidadosamente los resultados, y, si la oportunidad lo permite, dejar que mire también los resultados un fotógrafo con más experiencia. Las cámaras modernas están ahora tan bien equipadas que si uno sigue las instrucciones del manual (que, como se ha dicho, debe estudiarse a fondo) es difícil no obtener fotografías de calidad. Puede ser que no ganen premio en un concurso, pero las fotografías que se obtengan constituirán un registro claro y preciso del objeto de que se trate.

Sobre el proceso de revelar

La mayoría de las películas de color ofrecen un "revelado pago" y uno simplemente tiene que enviar el film expuesto, en el recipiente provisto, a una de las varias direcciones indicadas por el fabricante. Las principales fábricas suelen tener gabinetes de revelación por lo menos en las capitales de los países correspondientes. Con la película en blanco y negro se tienen a veces más problemas, pues los sitios para revelarlas no son quizás tan corrientes como eran antes debido a que hoy el film de color se ha generalizado tanto. La mayor parte de los ministerios de gobierno tienen gabinetes fotográficos en sus divisiones de información, y casi todas las universidades cuentan también con laboratorios bien equipados, aunque éstos puedan no ser siempre fácilmente accesibles. Toda administración de parque nacional que esté seriamente interesada en la información, educación y esclarecimiento del público y, o, en una activa investigación, debería estar ya equipada para la toma y para el uso de la fotografía en una u otra forma. La experiencia muestra que aun un pequeño y modestamente equipado cuarto oscuro es vital para incrementar el potencial de la fotografía en una administración eficiente.

Si la lectura de lo antecede no hace más que convencer que la fotografía pueda resultar de enorme valor en el curso del trabajo--y que no es realmente tan complicado como pudo pensarse--este artículo habrá logrado su propósito.

Tema 9

LETREROS, EXHIBICIONES Y PANELES : PLANTIFICACION Y DISEÑO

OBJETIVO:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Describir los pasos principales en la preparación de exhibiciones, letreros y paneles.
2. Crear una lista de las ventajas y desventajas de exhibiciones, letreros y paneles como medios interpretativos.
3. Diseñar exhibiciones, letreros y paneles efectivas.
4. Diferenciar entre buenos y malos diseños y textos.

REFERENCIAS:

Ham, S. 1992; Sharpe, G. 1982. (Cap. 16); Berkmueller, K. 1981. (Cap. 4); "PARQUES", Vol. 8(1); Vol. 6(2), Vol. 4(1), Vol. 1(4).

PRESENTACION:

- 1.1. En las AP existen dos tipos de **letreros**: administrativos (señales de tránsito y de orientación del visitante) e interpretativos. Los letreros interpretativos son, por lo general, más complejos que los administrativos y explican a los visitantes de una manera u otra algo sobre los rasgos culturales o naturales de un AP. En este tema se tratarán los letreros interpretativos aunque muchos de los mismos principios se aplican a las demás señales.
- 1.2. Como medio de interpretación los **letreros** tienen varias ventajas y desventajas:

Ventajas:

- son relativamente baratos, y frecuentemente pueden ser fabricados por el personal del AP.
- su operación y mantenimiento son relativamente baratos, siempre y cuando su diseño y fabricación estén bien realizados.
- los letreros permiten al visitante leer a su propio ritmo o gusto, de manera que puede leer lo que le interese, leerlo dos veces, no leerlo en absoluto, etc.
- los letreros siempre están allí, día y noche, proveyendo interpretación antes y después de las horas laborales.
- los letreros constituyen una ayuda para el fotógrafo, presentando información acerca de sus propias fotos.

Desventajas:

- un letrero es pasivo y obliga un esfuerzo mental por parte del visitante. En contraste, los intérpretes y mensajes sonoros no

INTERP. C9-8

- requieren tanto esfuerzo.
- la comunicación a través de letreros es unidireccional, no proporciona retroalimentación ya que el visitante no puede hacer preguntas ni sugerencias.
- los letreros son susceptibles a daños y deterioro debido a la descomposición causada por condiciones climáticas (sol, humedad, arena y nieve sopladas por el viento) y al vandalismo. A veces los animales los destruyen, o las aves los usan como perchas y defecan sobre el texto.

2.1. Hay que responder a las siguientes interrogantes para saber si el **letrero** es el medio mas apropiado para interpretar algo:

- ¿és el contacto personal con el visitante deseable, y factible, en términos económicos?
- ¿se requiere exhibir algún objeto para poder presentar el mensaje?
- ¿puede el mensaje ser mejorado a través de grabaciones, o efectos sonoros?
- ¿se desea proporcionar algo que el visitante puede llevar a su casa? (una publicación, por ejemplo)
- ¿es el mensaje complicado; requiere mucha explicación?

Si la respuesta a una de estas preguntas es SI, entonces un **letrero no** es el medio que Ud. necesita.

Recuerde que un letrero representa una intrusión en el ambiente natural y debe ser usado solamente cuando no existe otra alternativa para transmitir el mensaje.

2.2. Entre más grande sea el cociente de selección para un letrero (expectativa de provecho/esfuerzo requerido) mayor número de personas lo leerán. Al preparar letreros de interpretación se deben hacer esfuerzos para aumentar la expectativa de provecho, y minimizar el esfuerzo requerido. Por consiguiente es importante revisar con los participantes en el curso los apuntes que acompañan esta lección, e indicar cómo maximizar el cociente.

3.1. Las **exhibiciones** son quizás los medios de interpretación que le dan al intérprete la mejor oportunidad para usar su imaginación y creatividad. Se puede hacer uso de diferentes materiales y formas, además de que se utiliza más de una dimensión.

3.2 Tipos de exhibiciones:

- paneles de dos dimensiones
- objetos de tres dimensiones
- dioramas
- modelos
- maquetas

3.3 Por lo general, es en los Centros de Visitantes donde más se encuentran

las exhibiciones. Su secuencia y planificación en dichos casos es muy importante.

4.1. Las exhibiciones como medio de interpretación presentan ventajas y desventajas:

Ventajas

- se pueden exhibir objetos originales, y no solamente imágenes.
- siempre están disponibles (sujetas a horas de visita).
- pueden ser ubicadas al aire libre o en interiores o pueden ser portátiles.
- la flexibilidad que le dan al visitante, quien puede tomarse - o no - el tiempo que necesita para observarlas.
- la posibilidad que le da al intérprete de llevar lo exterior, el ambiente natural, al interior, a una escala a veces reducida (campos de batalla, pantanos, etc).
- posibilidad de fijar las condiciones bajo las cuales serán observadas por el visitante (luces, horas de visita, secuencia, etc.)

Desventajas:

- una exhibición no puede explicar una política.
- no puede competir con objetos que se mueven, o seres vivos.
- es fácil que una exhibición no comunique lo deseado por mal diseño o uso.

4.2. Lineamientos para Planificación de Exhibiciones

- escoger un tema (p.e. bosque lluvioso, vida del Río Plátano)
- identificar el auditorio, y tratar de cumplir con sus necesidades;
- definir los objetivos de la exhibición: p.e. orientación del visitante, ayuda en identificación de aves, descripción del proceso hidrológico;
- decidir el tipo a construir: panel, objetos, especímenes, dioramas, modelos, maquetas, etc.

4.3. Factores en el Diseño de Exhibiciones

- a. Ubicación: adentro, afuera, en centro de visitantes, etc.
- b. Movilidad para uso en escuelas y otros eventos.
- c. Durabilidad (resistencia al clima y al vandalismo).
- d. Necesidad de luz eléctrica.
- e. Efecto de luz solar y condiciones climáticas sobre los colores y materiales usados.
- f. Disponibilidad de materiales.
- g. Titulares que atraen la atención.
- h. Textos breves, fáciles de leer, y que provocan al visitante.
- i. Secuencia de los escaparates, las maquetas, etc.; necesidad de paneles de división.

INTERP. C9-10

- j. Mantenimiento y deterioro; si no lo pueden mantener, no lo construyan.
- k. Uso de pesticidas y fungicidas para mantener espécimen y madera.
- l. Posibilidad de exhibiciones que involucran la participación activa del visitante.
- m. Escaparates de animales en vivo: terrarios, acuarios.
- n. Colecciones de plantas, rocas, o insectos.
- o. Exhibiciones de espécimen de animales.
- p. Entre más simple, mejor.

ACTIVIDADES:

Mostrar diapositivas de exhibiciones y letreros, buenas y malas.

Visitar un sitio donde hay varias exhibiciones y letreros, y asignar equipos de los participantes a analizarlos, identificando: los temas usados, el auditorio, y los defectos que tienen. Para los letreros, pida que analicen los textos y el cociente de selección. Deben presentar recomendaciones para mejorar lo que encontraron.

Ampliando las actividades mencionadas, pedir que los participantes planifiquen uno o varias exhibiciones y/o letreros en algún lugar cercano (AP, escuela, alcaldía, centro comunal), y que los fabriquen.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo C (Interp.): Temas 2, 7, y 11

Módulo B (Protecc.): Temas 1 y 4

Módulo E (Manejo): Tema 8

Módulo F (Manten.): Temas 2,4 y 5

Apunte 9a

DIRECTRICES PARA LA PREPARACION DE LETREROS INTERPRETATIVOS

El Mensaje: El mensaje interpretativo, no importa cuál sea su extensión, debe cumplir con ciertas funciones: llamar la atención del visitante, mantener su interés, asegurar la comprensión de lo que se desea comunicar, y, en algunas circunstancias, causar alguna acción específica en el comportamiento del visitante. Los mensajes cortos cumplen con estas funciones por medio de un rótulo y un párrafo de texto; los mensajes largos, lo hacen agregando párrafos interiores. Se debe tratar de mantener los textos lo más simples posibles; son raras las ocasiones en que hay que recurrir a párrafos interiores; entre más largo resulte el texto, menor será la probabilidad de que el letrado sea leído. Los datos a presentar, al igual que las palabras y gramática con que se presentan, tienen que ser concisos y atractivos para una amplia gama de lectores.

El Titular (rótulo): Debe implicar algo sobre el contenido del mensaje ganando la atención del visitante e induciéndole a seguir leyendo. Normalmente es corto, y contiene verbos de acción y movimiento.

Párrafo de Atracción: Cuando se usa más de un párrafo en un texto, éste determina si el visitante leerá más, o no. Debe ser corto y de un ritmo rápido e interesante para mantener el interés del lector, y proporcionar una transición entre el titular y los párrafos interiores. Esto significa, poco detalle y bastante acción. Una manera de hacer esto es presentar un hecho o situación que a primera instancia parezca poco posible: por ejemplo, al hablar de la piedra pomez, se puede mencionar como introducción que es "la piedra que flota sobre el agua". También se puede preguntar algo como "¿Alguna vez se había fijado Ud. en . . .?"; o simplemente ordenar que el visitante haga algo: "Vea los árboles . . ."

Párrafo interior: Su función es el desarrollo de una comprensión del tema y el crear apreciación sobre él. Toda duda o inquietud presentada en el primer párrafo debe ser resuelta aquí. A veces este párrafo termina el mensaje, pero en algunos casos se usa un párrafo de clausura.

Párrafo de clausura: En este párrafo normalmente se aclara la acción que se desea que el visitante tome. Por ejemplo, si el mensaje tiene que ver con la ecología alpina, se pide que el visitante no camine en ciertas áreas frágiles, o que no colecte algunas flores.

MEJORANDO LA POSIBILIDAD DE QUE SE LEAN LOS LETREROS

Brevidad: Es mejor decir poco, que demasiado.

Claridad: Se deben evitar errores ortográficos o gramáticos para que el mensaje quede bien claro; pero también el aspecto visual del letrado debe ser atractivo, induciendo al visitante a leerlo.

Credibilidad: La información debe ser correcta. Los errores mínimos pueden influir negativamente en la impresión que reciba el visitante.

Estética: En cuanto a la apariencia general, la primera impresión es la más importante: el letrero tiene que atraer de inmediato la atención del visitante. Esto puede lograrse con el uso de dibujos y fotografías -una foto vale mil palabras- y da al letrero o panel un aspecto visual más llamativo. La superficie de un letrero debe colocarse a un ángulo de 90 grados de la línea de visión; si no se dificulta su lectura. La combinación de colores que contrastan fuertemente llama la atención y facilita la lectura, p.e. letras negras sobre amarillo. Evite bloques grandes de texto; psicológicamente, esto impide que el lector lea el mensaje.

Materiales: Los letreros se fabrican de varios materiales, desde metal hasta papel. En las AP, los materiales más usados son las maderas; puesto que duran más, son más fáciles de trabajar, e impactan menos en el medio ambiente. Sin embargo, en sitios donde el vandalismo o el clima causan dificultades, sería aconsejable pensar en otro tipo de material más durable, tal como el metal o el plástico.

TECNICAS PARA CAPTAR ATENCION EN UN LETRERO

(traducido de un publicación editada por Roth, R. 1986. Ohio State University; Comunicación y Educación Ambiental para Técnicos)

1. **Color:** El uso de color es quizás la manera más simple y segura para atraer la atención. El nivel de atracción de los colores está relacionado con la fisiología de la visión. El color rojo, por ejemplo, es más llamativo que el color azul siempre y cuando la saturación e intensidad de los dos sea igual.
2. **Luminosidad:** Aunque ciertos colores captan más atención que otros, no es tanto que el color sea efectivo sino su luminosidad. Se incrementa la cantidad de atención al intensificar la luminosidad del color.
3. **Movimiento:** Si el ojo percibe desplazamiento de un objeto de una posición a otra, o si se percibe una distancia en aumento entre dos objetos, ésto produce atención.
4. **Tamaño:** Cualquier cosa que es grande en comparación a sus alrededores, o en sí misma, tiende a captar la atención. El tamaño entonces, depende del contexto o marco de referencia. Una araña de 6 cm parecería más llamativa que un tiburón de 6 pies.
5. **Espacio en blanco:** Un espacio en blanco alrededor de un objeto, o texto enfoca atención sobre él.
6. **Forma:** Ciertas formas atraen más atención que otras. En general, las formas asimétricas e irregulares que también son simples, captan la atención más que otras formas simétricas o complicadas.
7. **Misterio:** El presentar la comunicación visual como una situación que se está desarrollando también es una manera efectiva para llamar la

atención.

Apunte 9b

SEÑALIZACION DE PARQUES

(Por Vincent Gleason. Tomado de PARQUES, 1976, Vol. 1, no. 1.)

Los letreros son cosa básica. Ellos comunican, o debieran comunicar, direcciones de tráfico y otras informaciones esenciales dondequiera que un administrador de parques o áreas recreativas tenga que relacionarse con gran número de visitantes.

Hay poca duda, sin embargo, acerca de la escasez de buenos letreros o de la gran cantidad de letreros malos. En los parques el paisaje se ve aún afectado por el abandono crónico del arte de pintar carteles, aunque rara vez por falta de laboriosidad.

Los parques no son ciertamente el sitio para la invasión y apiñamiento de rótulos, tan común en las áreas urbanas. En un parque, la primera regla debiera ser: mientras menos letreros, mejor. La segunda regla sería que, si se van a usar letreros, estos estén bien hechos y el sitio donde se van a poner bien seleccionado, y que sean emplazados en su posición con esmero, teniendo muy en cuenta el ambiente del parque.

Igualmente importante es la utilidad del letrero. ¿Pueden los visitantes captar el mensaje y responder a él? ¿Pueden hacerlo rápidamente y sin confusión o equivocaciones?

El administrador del parque o área de recreo que busque soluciones fáciles y letreros de bajo costo probablemente no los encuentre. En muchos países la señalización ha sido en verdad descuidada tanto por los diseñadores como por los fabricantes y, como resultado, no están muy extendidos los productos comerciales de calidad ni las técnicas modernas de señalización.

Varios países europeos, en particular Suiza, han hecho de la señalización de caminos un sistema muy perfeccionado que incluye el acopio de partes componentes que pueden solicitarse mediante catálogo. Estos mismos componentes son fácilmente adaptables a otros propósitos del parque y a la recreación.

Para los administradores que quieran realizar un programa sistematizado de letreros, pero sin gran expendio de capital, la perspectiva no es siempre brillante.

Es poco probable que los administradores de parques puedan apelar a su propia organización para obtener nuevos diseños.

Las ideas que se requieren para desarrollar un buen programa de señalización casi siempre están más allá de las posibilidades de quienes colocan y cuidan los letreros.

Esta no es labor para un pintor de carteles, ni siquiera para el más competente; es tarea de un especialista, y pocas organizaciones tienen

INTERP. C9b-2

diseñadores capacitados o con experiencia en este tipo de trabajo.

Un modo de renovar un programa en marcha consiste en solicitar los servicios de una firma de reconocida reputación en materia de señalización. Los consultores capacitados pueden ver la situación desde nuevos puntos de vista, enfocar los problemas con mayor amplitud, utilizar especialistas externos tales como arquitectos, letristas e ingenieros, según se requieran, y hacer propuestas concretas sobre las medidas a tomar.

De la evaluación de la tarea global de señalización debería derivarse un conjunto coordinado de elementos, tales como paneles, soportes, tipos de letras, colores, símbolos y materiales de superficie. Deberá prestarse atención al diseño de todos los componentes como partes de un sistema: cómo se modelan las piezas, cómo se fabrican, cómo se acoplan en una unidad, cómo se colocan en el lugar de uso.

Cuando el nuevo programa esté listo para su presentación, sus principios deberán documentarse en forma clara y sencilla para beneficio de quienes realizarán el trabajo. Presentar impresas todas las partes del nuevo programa de señalización es una necesidad práctica esencial para su éxito.

Este paso de la documentación impresa puede generalmente efectuarse en la forma de un manual de señalización o un gráfico mural si el programa es amplio, o mediante especificaciones en hojas de papel fácilmente multiplicables si es pequeño. Guiada así por un plan general, la organización puede avanzar paso a paso con cada nuevo letrero, contribuyendo a la cohesión del todo.

Dos influyentes proyectos financiados en años recientes por organismos del Gobierno de los Estados Unidos debieran interesar a los administradores de parques y áreas de recreo en punto a señalización.

El primer proyecto, patrocinado por el Servicio de Parques Nacionales, es un ejemplo de un sistema amplio y coordinado, junto con un estudio de caso de las condiciones conducentes a su desarrollo.

El segundo proyecto, llevado a cabo por el Instituto Norteamericano de Artes Gráficas con un subsidio del Departamento de Transportes, ha logrado el perfeccionamiento de 34 símbolos de orientación de pasajeros y peatones para los servicios relacionados con la transportación.

El Sistema de Señales del Servicio de Parques Nacionales de los EE.UU.

A principios de 1960, los funcionarios del Servicio de Parques llegaron a la conclusión de que era necesario un criterio sistemático de señalización de caminos y otros servicios para responder a las demandas de nuevos letreros y a la conservación de los ya en uso.

Por entonces la tarea de señalización del Servicio de Parques consistía en una mezcla de criterios; cada parque tenía sus propios letreros, con frecuencia según ideas, materiales y facilidades locales. Grabar letras rústicas en tablas era la práctica generalizada, pero los letreros carecían

de la continuidad imprescindible entre un parque y otro, necesaria para ayudar a los visitantes a interpretar la información. Tampoco existía un plan global para satisfacer las necesidades del número de parques que se estaban estableciendo y del muy gran aumento de visitantes que ocurrió durante los años 60. Los costos eran altos, los resultados marginales y algo había que hacer para realizar el trabajo sobre bases prácticas.

Para los miembros del personal encargados de los letreros estaba claro que el Servicio de Parques no debía intentar asumir la tarea por su cuenta. Se pidió a una firma externa de diseñadores estudiar en forma completa el sistema de señalización del Servicio, que por entonces abarcaba 250 parques con más de doce millones de hectáreas de los más variados terrenos de América.

El estudio del Servicio de Parques fue una obra esencial y un intento de resolver de una vez y para siempre un problema fundamental con un sistema suficientemente flexible, capaz de responder a las necesidades de cualquier parque. El estudio se encaró como un proyecto piloto y modelo a fin de que los resultados sirvieran para la organización de otros parques.

La realización del trabajo llevó tres años de investigación y experimentos. Se hicieron pruebas con materiales y estructuras. Se exploró la efectividad de los símbolos y se tuvieron en cuenta análisis del Comité Internacional para la Superación de la Barrera del Lenguaje, de la UNESCO. Se perfeccionaron nuevas técnicas para la coloración de letras y para espaciar palabras y otros elementos gráficos en los paneles. Se hicieron prototipos de letreros y se instalaron a lo largo de caminos y sendas. Finalmente, los nuevos letreros se colocaron en todo un parque con la intención de perfeccionar los detalles del proyecto global.

Los resultados fueron entonces impresos y entregados al Servicio de Parques para su aplicación.

Hoy, a través de todo el sistema nacional de parques se instalan letreros que están diseñados siguiendo las fórmulas de aquel proyecto. Como las áreas de parques involucradas son más de 300, el Servicio de Parques no se apresura a renovar los letreros en todas ellas de una vez: más bien instala los letreros del nuevo tipo a medida que los parques en desarrollo se completan, o cuando se reemplazan los letreros anticuados en los parques ya establecidos.

Para obtener un ejemplar de las Especificaciones del Sistema de Señalización del Servicio de Parques Nacionales de los EE.UU. puede escribirse a: Sign Coordinator, Denver Service Center, National Park Service, P.O. Box 25287, Denver, Colorado, EE.UU. Debido a lo limitado de la edición, sólo se dispone de ejemplares para los organismos gubernamentales.

Símbolos normalizados para letreros. El sistema de señalización del Servicio de Parques de los EE.UU. se vale de 88 figuras simbólicas para transmitir información esencial. La fuerte dependencia de las señales mediante símbolos fue una de las características del programa. Algunos de los símbolos son ya de uso internacional, por ejemplo la raya roja en diagonal sobre un símbolo para indicar que la actividad representada está prohibido, y el uso de la

INTERP. C9b-4

letra P para indicar un parqueo. Tal vez pueda decirse que el Servicio de Parques Nacionales ha normalizado demasiados símbolos. Por regla general los símbolos debieran limitarse a servicios comúnmente requeridos y a información frecuentemente necesaria. (Eventualmente los símbolos del Departamento de Transportes serán sin duda adoptados para reemplazar algunas de las adaptaciones o "Service Symbols" ahora usados por el Servicio de Parques Nacionales.--La Redacción.)

Ver Figura 1 para apunte C9b.

Letras normalizadas. La letra que emplea el Servicio de Parques Nacionales se basa en el tipo de imprenta Haas Clarendon, una forma de letra egipcia caracterizada por trazos gruesos y finos y marcadas hendeduras. Es una letra distintiva fácil de leer y muy apropiada para letreros cuando se la usa adecuadamente. Los diseñadores modificaron un poco su forma reduciendo el tamaño de las rayitas de adorno para ganar espacio entre los rasgos de enlace.

Guías para espaciar letras. Las letras del tipo Clarendon, en el tamaño normalmente usado en los letreros del Servicio de Parques, requieren cuidado especial en su colocación. Por esta razón los diseñadores han perfeccionado un sistema especial de espaciar letras de modo que las personas poco relacionadas con las artes gráficas puedan colocar correctamente las que se van a trasladar, las cuales se recortan de un material plástico cuyo reverso es sensible a la presión.

Se suministran instrucciones detalladas para (i) preparar la comunicación, (ii) calcular el tamaño de las letras, (iii) determinar las dimensiones de la comunicación, y (iv) precisar el tamaño del panel y la disposición de la

comunicación.

Direcciones para el trazado de un letrero. La efectividad de un letrero depende de su trazado. El sistema da instrucciones graduales sencillas para la colocación de las leyendas en los letreros. Para lograr uniformidad se han dispuesto firmes restricciones a fin de controlar el sitio de cada elemento en el panel. Se prepararon trazados típicos de todas las combinaciones de los elementos previsibles, incluso símbolos, señales de identificación de carreteras y flechas de orientación.

Paneles para letreros. Dependiendo del tamaño, el panel o cara del letrero es de madera, plástico o aluminio. En algunos paneles las letras se estampan por el proceso de serigrafía en el momento de instalarse, y éstos, por supuesto, tienen ya la superficie pintada. La mayoría de los letreros, sin embargo, están cubiertos por uno de dos tipos de planchas plásticas, ambas delgadas y flexibles para su fácil aplicación. Una de las planchas es de material reflector.

Ver Figura 2 para apunte C9b.

Soportes para letreros. Por razones de costo, los paneles son simplemente atornillados a los postes de soporte. Por regla general, los postes son tubos rectangulares de acero resistente a la intemperie, o de madera. El color del acero es pardo oscuro y cuando se usa madera en lugar de acero, ésta se pinta también de marrón. Se emplea poste simple o doble poste, según el tamaño del letrero. Pueden emplearse postes más refinados cuando se desee mejorar la apariencia, como en el caso de la entrada a un parque o la identificación de monumentos o edificios.

Apunte 9c

**LAS EXHIBICIONES AL LADO DE LAS VIAS
PUBLICAS MEJORAN LA INTERPRETACION DE UN PARQUE**

(por Jean Packard; tomado de Revista Parques, Vol. 8, no. 1)

Las exhibiciones y letreros bien diseñados y ubicados al lado de las vías públicas pueden proporcionar un placer considerable para los visitantes de los parques y áreas protegidas, evitando el vandalismo y disminuyendo los daños causados por la falta de pensar o la ignorancia.

Este tipo de exhibición pueden variar de lo simple hasta lo detallado - de un letrero hecho a mano hasta un edificio lleno de exhibiciones caras y cuidadosamente diseñadas. La mayoría, sin embargo, caen entre los dos extremos.

Al determinar la necesidad de un letrero o exhibición, hay que contestar las siguientes preguntas:

- ¿Se necesita el mensaje?
- ¿Cuál debe ser el mensaje?
- ¿Cómo se debe presentar el mensaje?
- ¿Se requiere una estructura protectora?

Los mensajes interpretativos requieren y son más efectivos cuando se encuentran en sitios importantes de impacto sobre el visitante, donde el visitante instintivamente hace una pausa para aprovechar y gozar. La mayoría de los mensajes deben ser amigables e informales, aunque algunos requerirán un tratamiento más creativo. Las frases en los letreros y exhibiciones deben estar estrechamente relacionadas con lo que puede observar desde su punto de ubicación. Se debe buscar facilidad de lectura, y la confianza en el texto del mensaje. A veces se pueden escoger palabras y materiales para proporcionar un sabor local, lo cual es deseable.

Ciertos principios básicos se aplican a la ubicación, materiales y diseño de la gran mayoría de las exhibiciones dentro de un parque, incluyendo:

Selección de Sitio

La ubicación de cualquier letrero, señal o exhibición en las vías públicas es muy importante. Algunas directrices que ayudan en la ubicación apropiada son:

1. Seleccionar los mejores ejemplos de sitios naturales o históricos, objetos, rasgos o estructuras que relatan una parte de la historia del parque o que contribuyen a un importante tema suplementario.
2. La ubicación de la facilidad debe ser fácilmente encontrada por el visitante, y utilizable. El tema en si debe ser fácilmente reconocible, y el sitio debe proveer la más amplia oportunidad para interpretar el rasgo con claridad.
3. En caso de que existan varios puntos de observación, seleccione el cuyos alrededores inmediatos ofrecen mayor posibilidad de ser apreciado por el visitante.

INTERP. C9c-2

4. Seleccione los sitios que cumplen con necesidades obvias de interpretación, pero sea razonable en la distribución de estas facilidades y evite la sobrecarga del ambiente con ellas.
5. Evite peligros para los visitantes y las instalaciones:
 - a. Peligros naturales:
 - derrumbes
 - inundaciones
 - daños causados por el viento
 - árboles por caerse
 - barrancos sin protección, caminos resbalosos
 - pendientes fuertes
 - b. El tráfico y otros peligros causados por el hombre:
 - curvas ciegas (cerradas)
 - falta de espacio para estacionar vehículos
 - falta de letreros de aviso
6. Normalmente, se seleccionan puntos que serán visitados por un número relativamente grande de visitantes pero no hay que excluir la interpretación en sitios sobresalientes que reciben pocos visitantes.
7. Seleccione los puntos donde los rasgos que no serán dañados por el uso excesivo, tales como lo que sucede cuando un proceso natural se detiene, o cuando una estructura arqueológica o histórica se destruye.
8. Seleccione los sitios que proveen un máximo de comodidad para los visitantes durante su estadía en el punto. En lo posible, evite los sitios con influencias que distraen al visitante.

Ubicación

La ubicación de letreros interpretativos y señales debe ser guiada por las siguientes directrices:

1. El letrero debe ser ubicado de manera que no exista duda en la mente del visitante acerca de la identidad de lo que se está interpretando. En general, la ubicación debe ser tal que se pueda leer el texto, y observar el rasgo natural o cultural sin que el visitante tenga que cambiar de posición.
2. El letrero debe ser suficientemente visible para cumplir con su objetivo sin entrometerse en el ambiente natural.
3. Ubique el letrero en una posición para que pueda ser alcanzado y utilizado con la mayor facilidad física posible. Normalmente el punto seleccionado no debe exigir que el visitante tenga que agacharse, estirarse o usar energías en subir etc.
4. Normalmente los letreros deben ser ubicados de manera que el borde inferior se encuentra entre 45 y 60cm sobre el terreno, dependiendo del tamaño del letrero. Ocasionalmente hay que leer un letrero por encima de automóviles u otros obstáculos, lo cual justifica soportes más largos. Se debe evitar esto cuando sea posible.

Materiales

Los materiales que se puedan usar para letreros y exhibiciones son limitados principalmente por razones presupuestarias. Hay una abundancia de materiales comerciales disponibles, desde letras en manuscrito sobre papel o tejido a prueba de agua hasta las exhibiciones más elaboradas y complicadas que involucran la serigrafía, plásticos, metales de varios tipos, madera grabada, letras que se pegan, etc.

Se deben usar materiales nativos o locales cuando estos van a contribuir a la armonía del marco natural y el tema del área. La Figura No. 1 indica una selección de materiales nativos y hechos por el hombre, escogidos deliberadamente para resistir el deterioro causado por el agua salada. El letrero interpretativo es hecho de concreto, mientras el camino es construido de madera naturalmente madurada. En un caso tal, el uso de un camino de concreto hubiera sido muy intruso.

Ver Figura 1 para apunte C9c

De igual manera, materiales vegetales nativos de la zona deben ser usados como fondo y para amarrar el letrero a su sitio en una manera natural.

Diseño

Las exhibiciones y letreros deben ser compuestos de elementos simples, ordenados para presentar información en una forma clara. Las primeras impresiones que recibe el visitante de un área son influidas frecuentemente por exhibiciones u otras formas de comunicación ubicadas en las vías de acceso público. Tamaño, configuración, color, letras, ubicación y mensaje deben ser decididos antes de iniciar el trabajo. Aunque consistencia de apariencia y materiales pueden proveer un tema en toda un área o sistema entero, se debe tener cuidado para evitar demasiada similaridad y la consecuente falta de atención y la indiferencia por parte del visitante.

El diseño cuidadoso y ubicación también pueden servir como controles no intrusos pero efectivos de los visitantes. Se puede incorporar una simple cerca atrás de un letrero interpretativo dentro del mensaje mientras se mantiene a los visitantes lejos de un área frágil (Figura 2). Señales direccionales que forman parte de un sendero evitan que los visitantes salgan de él, mientras letreros y exhibiciones interpretativos ubicados

INTERP. C9c-4

estrategicamente mantienen el flujo de visitantes moviendo en una sola dirección y sobre un sendero.

Al usar materiales nativos, se puede disminuir el costo de las exhibiciones, proveer un interés visual adicional a la facilidad en sí, y frecuentemente duran más tiempo que otros materiales (Figura 3).

Ver Figuras 2 y 3 para apunte C9c

Las giras autoguiadas constituyen un elemento interpretativo importante en la mayoría de las áreas naturales, dando a los visitantes la oportunidad de explorar a su propio paso e interés, mientras se minimiza la necesidad de personal del área. Una figura u objeto que actúa de tema puede amarrar todas las piezas diferentes de un sendero - la silueta de un cañón en un fuerte histórico, o un animal nativo, fácilmente reconocible, en un área de mucha fauna, pueden facilitar el movimiento de los visitantes de un punto a otro, enfocando su atención en el propósito primario del área. Estas señales son especialmente importantes en aquellos lugares donde el visitante tiene que escoger una ruta (Figura 4), por ejemplo en bifurcaciones del sendero, o como indicadores de áreas peligrosas. Con un mínimo de palabras, estas figuras pueden iniciar rumbos, destinos, distancias, tiempo recorrido, o proveer una clave para un folleto-guía.

Se debe tener cuidado en el diseño de flechas direccionales u otras señales similares. Muchos letreros atractivos son arruinados por flechas mal diseñadas o difíciles de leer. Estos símbolos deben ser cuidadosamente estudiados para cada letrero, y no simplemente comprimidos en el diseño donde su función puede perderse. El diseño y construcción de cada letrero debe ser estudiado en todo detalle antes de instalación para eliminar causas de deterioro prematuro y oxidación y para asegurar longevidad y permanencia de la exhibición (donde sea apropiado).

Refugios

Ciertas exhibiciones requieren o se realizan por alguna estructura protectora para proporcionar una interpretación más completa, la cual a la vez provee al visitante la oportunidad de descansar y abrigarse de los elementos. Esta protección provee la oportunidad para exhibiciones más detalladas que se absorben en confort relativo (Figura 5).

Ver figuras 4 y 5 para apunte C9c.

Hay muchos diferentes tipos de refugios o edificios que son útiles y atractivos, dependiendo de su ubicación. Casetas con techos de pasto son apropiadas para las sabanas de Africa, por ejemplo, o estructuras de piedra en Gran Britaña, palmeras en países tropicales, o vigas pesadas en regiones montañosas y de bosque. Este uso de materiales nativos no solo indica puntos específicos de interés, sino también representa una ventaja económica para presupuestos limitados.

Texto

Escribiendo para letreros es muy distinto de lo que se escribe para otros tipos de textos. Es esencial pensar en forma clara, lógica y precisa para condensar una inscripción a su forma más simple y presentarla lógicamente sin aburrir al lector.

Frases breves, con palabras de pocas sílabas, no complicadas por prefijos y sufijos, hacen mucho para asegurar que se lean los textos. Frases académicas deben ser evitadas, o bien explicadas; tanto los nombres científicos como comunes deben ser mencionados donde sea posible. En muchos casos, es la manera en que se escribe el texto, y no su longitud, que determina si será leído y comprendido.

Una lista de puntos claves a observar en la composición del texto incluye:

1. Los títulos, si se usan, deben tener características de "titulares" en estilo y significado.
2. No repita el título en la primera línea de texto.
3. Exprese la acción e interés en las primeras frases del texto.
4. Sea dinámico en llegar al corazón de la historia a contar, y de respuesta a la pregunta: "¿Qué pasó aquí?"
5. Evite el uso de la voz pasiva; reemplazar el "ser" con las formas activas y participios del verbo apropiado. Utilice palabras que presentan un sentido de movimiento.
6. Diga la historia en pocas palabras.
7. En lo posible evite el uso de palabras técnicas o no comunes, ya que estas dificultan la comprensión del visitante, y su interés puede

INTERP. C9c-6

disminuir.

Letras

Se deben seguir buenas prácticas tipográficas al organizar la narración e información que requieren varias líneas. Usualmente deben ser compuestas de letras mayúsculas y minúsculas, y no solamente de mayúsculas.

En todos los casos, las letras deben ser de una forma simple, de tamaño adecuado y ejecutado para resistir condiciones climáticas. El número de diferentes tipos de letras debe ser mantenido a un mínimo; un tipo si es posible, dos si se mejora la legibilidad del texto, pero nunca más de tres - más allá es casi seguro que se disminuya la legibilidad y la posibilidad de que el texto sea leído.

Si el mensaje es complejo o largo, se debe intentar dividirlo en sus varios componentes. Tres fotografías, cada una con sus títulos, es preferible a una sola fotografía que ilustra tres puntos con un bloque grande de texto que se espera será leído y comprendido de golpe.

Los letreros que se diseñan para ser leídos desde un vehículo andando requieren letras de una fuerte legibilidad, posibles de discernir a una distancia suficiente para permitir que se lea el letrero a una velocidad normal en ese punto. Las letras deben tener por lo menos 5 cm. de altura, y el letrero debe tener suficiente tamaño para acomodar el mensaje requerido.

Las letras a ser leídas por gente parada o sentada cerca al letrero deben tener un tamaño que permita su lectura unicamente desde el lugar donde el visitante normalmente estará ubicado. Títulos más grandes que captan la atención pueden estimular a un visitante que esté pasando a parar y leer todo el mensaje.

Ver Figura 6 para Apunte 9c.

Ilustraciones

La frase tradicional: "Una foto vale mil palabras" nunca fue más apropiada que en el caso de la interpretación de un área natural. Se requiere seleccionar y editar las ilustraciones tan cuidadosamente como el texto. Si se usa color, este debe ser fiel (especialmente para vida silvestre) aunque buenas fotografías en blanco y negro pueden ser aún más efectivas si son utilizadas en forma apropiada.

Los cajones o armazones de una exhibición pueden ser contruidos para combinar ilustraciones, texto y objetos pequeños. Exhibiciones con tapas que se pueden alzar (Figura 6) pueden ser resistentes a las condiciones climáticas y también proporcionar doble espacio en un área limitada.

Colores

Se deben escoger los colores para complementar los alrededores y no competir con ellos. Deben darle visibilidad al letrero pero no alterar el medio ambiente natural.

Al usar más de un color, estos deben ser escogidos a fin de que no dominen el área. Reconozca que el 10% de la población es ciega con referencia a los colores rojo y verde, así que hay que asegurar que los contrastes tienen que ser fuertes al usar estos colores.

La siguiente tabla representa un consenso de varias autoridades acerca de la legibilidad y visibilidad de varias combinaciones de colores. Se listan en orden de su legibilidad, los más legibles primero.

Letras NEGRAS sobre un fondo AMARILLO
 Letras VERDES sobre un fondo de BLANCO
 Letras ROJAS sobre un fondo BLANCO
 Letras AZULES sobre un fondo BLANCO
 Letras NEGRAS sobre un fondo BLANCO
 Letras ROJAS sobre un fondo AMARILLO
 Letras BLANCAS sobre un fondo AZUL
 Letras BLANCAS sobre un fondo ROJO
 Letras BLANCAS sobre un fondo VERDE
 Letras BLANCAS sobre un fondo NEGRO

Enfrentando Daños y Vandalismo

Cada administrador ha tenido que enfrentar la destrucción sin sentido de letreros y exhibiciones. Hay algunas directrices que pueden ayudar, aunque el problema continuará creciendo al aumentar la cantidad de personas que van a visitar los parques:

1. Seleccione materiales que son fácilmente limpiados.
2. Use letreros fácilmente reemplazables en áreas de mucho uso.
3. Mantenga los sitios bien limpios y ordenados; esto tiende a disminuir el vandalismo.
4. Si se clausura un área o sitio, explique la razón. Letreros tipo

INTERP. C9c-8

"Prohibido Entrar" hacen enojar a muchas personas; en cambio un letrero que dice "Sendero cerrado para permitir la regeneración de la vegetación" provee un incentivo para usar otra ruta.

5. Refuerce la idea de que los parques pertenecen a aquellos que los usan. La gente es menos propicia a dañar lo que le pertenece.
6. Cuando un área ha sido dañada por el sobre uso o vandalismo, conviértala en una exhibición. Demuestre lo que ha pasado, porque pasó, y busque la colaboración del visitante en la recuperación del área.

Los daños son causados no solo por el humano. La vida silvestre y animales domesticos también causan problemas. A veces el remedio puede ser tan simple como la ubicación de alambre de puas en los soportes donde un animal ha estado rascandose (Figura 7), o moviendo el letrero a una distancia de rutas donde circulan los animales. Se puede sustituir postes de metal por los de madera para evitar que los animales los roan.

Ver Figura 7 para apunte C9c

En algunos casos, el único remedio seguro es remover por completo el letrero. Por ejemplo, si un letrero recibe un constante balanceo por parte de vándalos, es poco útil reemplazarlo.

Letreros Temporales

Puesto que ninguna área natural permanece constante, existen circunstancias cuando un letrero o exhibición temporal puede constituir un medio útil de interpretación. (Ejemplos en Figuras 8 a 11.)

Las ventajas de estas presentaciones incluyen:

1. Una oportunidad para actualizar información rápidamente y efectivamente en el momento de que ocurren los cambios. Esto

aumenta el placer tanto de los visitantes que vienen frecuentemente como de los que vienen por primera vez.

2. Exhibiciones o presentaciones son relativamente fáciles y baratos a preparar, y proveen la oportunidad e incentivo de interpretar puntos de interés provisional con un mínimo de personal y costo.
3. Las presentaciones pueden ser reemplazadas rápidamente si son vandalizadas o dañadas.

Ver Figuras 8, 9, 10 y 11 para Apunte C9c

Conclusión

Exhibiciones, letreros y otros medios informativos vienen en una gama enorme de tamaños, formas, colores y materiales, algunos de los cuales se han tocado aquí. En el análisis final es importante reconocer que estas exhibiciones no ayudan automáticamente al manejo e interpretación de un sitio. Existe un número de ventajas y desventajas:

VENTAJAS

- Letreros pueden proporcionar información y explicaciones acerca del rasgo que se desea explicar.

INTERP. C9c-10

- La producción y costos de mantenimiento normal son relativamente bajos.
- Pueden ser cambiados, actualizados, o removidos según la necesidad.
- Pueden ser ubicados sin constituir intrusiones en el ambiente.
- Pueden estar en su lugar todo el tiempo y no están sujetos a horas laborales.
- No requieren personal.
- Pueden ser utilizados al ritmo individual del visitante.
- Pueden incorporar imágenes visuales igual que palabras.
- Pueden ser fotografiados por los visitantes y así sirven como recuerdos.
- Pueden ser herramientas de manejo, y así ahorrar tiempo y costo para el área.

DESVENTAJAS

- Letreros son pasivos y requieren algo de esfuerzo mental por parte de los visitantes.
- Letreros proveen comunicación de una vía únicamente - no pueden responder.
- Normalmente los letreros no pueden incorporar efectos especiales tales como grabaciones sin incurrir problemas de personal y manejo.
- Los letreros pueden atraer atención no deseable a un sitio particularmente vulnerable.
- Los letreros, si son mal diseñados, situados o construidos son vulnerables a vandalismo y deterioro por condiciones climáticas.
- Los letreros, si son mal diseñados y situados, pueden confundir en vez de informar.
- Para que sean exitosos, letreros y exhibiciones tienen que ser considerados como parte de un plan integral de manejo del área.

Una exhibición bien diseñada agrega mucho al placer y conocimiento de un visitante quien se detiene a verla. Un letrero o exhibición malo es peor que ninguno.

Apunte 9d

**EL ORDENAMIENTO SIMETRICO Y ASIMETRICO
DEL CONTENIDO DE LOS LETREROS**

La correcta ubicación del texto, símbolos y diagramas en un letrero es esencial para lograr una comunicación visual efectiva. Puesto que son estáticos, los diseños simétricos son más apropiados para letreros o señales tipo "aviso" o de regulación, y no para letreros informativos.

Estos ejemplos demuestran el uso de diseños asimétricos y simétricos, con buena y mala composición.

Ver Figura para apunte C9d en anexos gráficos.,

Apunte 9e

EN EXHIBICIONES, PIENSE PRIMERO EN NIVELES

(Tomado de: Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL--UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PRESUPUESTOS PEQUEÑOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

Debemos organizar la información en una exhibición en 5 o menos partes. Por lo tanto podemos incluir en cada parte principal los detalles seleccionados y necesarios para hacerle interesante y clara. Por último, si la exhibición ha cumplido con su objetivo, los espectadores desearán buscar nueva información o respuestas para sus preguntas, motivados por el conocimiento nuevo que recientemente adquirieron. Los "cuatro niveles": esbozados a continuación reflejan estas necesidades y propósitos.

Nivel I. Conciencia sobre el tema - En 1 o 2 segundos el espectador debe reconocer y comprender el tema. Muestre con relevancia este nivel en el título de la exhibición.

Nivel II. Conciencia sobre los Componentes del Mensaje - Muestre no más de 5 partes o divisiones principales; entre menos, mejor. Logre esto con encabezamientos que llaman la atención, colores u otros "separadores visuales". Si utiliza encabezamientos, deben ser menos evidentes que el título de la exhibición.

Nivel III. Detalles selectos (texto) -De acuerdo con cada componente del mensaje, incluya solo aquellos hechos, ideas y la información necesaria para comunicar esa parte del tema. Un espectador debe ser capaz de leer cada trozo de texto rápidamente; entre más corto, mejor.

Nivel IV. Como Pueden Utilizar los Expectadores su Nuevo Conocimiento - Este nivel puede tomar muchas formas. Puede ser el nombre de un folleto, panfleto, o libro que el lector puede conseguir; puede ser una caja de folletos o hojas de información que están juntos a la presentación, por sí solas den información; puede ser un horario para actividades futuras relacionadas con el tópico de la exhibición; podría ser el nombre de un experto en el tópico, su número de teléfono o la dirección de su oficina; o simplemente puede ser una sugerencia para visitar un lugar o recorrer un sendero, etc. para que el lector pueda ver algo relacionado con el tópico o tema. Sea selectivo - brinde solo 1 o 2 sugerencias.

Utilizar niveles en el diseño conceptual de su exhibición es fácil y ayuda a plantear el ambiente para un diseño artístico determinado. En las figuras a continuación se demuestran unos pocos ejemplos de diseños utilizando niveles. En cada ejemplo observe donde se localizan los diferentes niveles y como están representados artísticamente. Note la variedad. Los niveles no restringen el diseño artístico, por el contrario, ellos dan poder al artista al brindar un propósito y un objetivo de comunicación.

También observe que el **único** nivel que es absolutamente necesario es el nivel I.

INTERP. C9e-2

Ver las Figuras para apunte c9e en los anexos gráficos.

Apunte 9f

QUINCE PASOS HACIA TEXTOS MAS PODEROSOS EN EXHIBICIONES

(Tomado de: Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL--UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PRESUPUESTOS PEQUEÑOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

1. Use títulos-temas, no títulos-tópicos. Por ejemplo: "Estamos Perdiendo Nuestro Suelo", no simplemente "Erosión del Suelo".
2. Cuando sea posible, incorpore sub-temas en los encabezamientos del nivel I. Por ejemplo, si el desarrollo del tema anterior estuviera organizado sobre dos ideas principales, los encabezamientos del nivel II podrían tomar la forma de frases temáticas (por ejemplo, "Viento y Lluvia-Las Causas" podría ser un encabezamiento, y "Usted y yo los culpables" podría ser el otro. Observe que crear consciencia del tema, aunque sea presentado en un fragmento de oración, es lo más importante. Lo mismo es cierto de títulos-temas en el nivel I.
3. Limite su organización del tema a cinco o menos ideas principales. Entre menos mejor.
4. No incluya transiciones de una parte del texto a otra. Esto supone que el espectador leerá el texto en ese orden. Y hay una buena probabilidad de que no lo haga.
5. Limite el texto en el nivel III de manera que pueda ser leído entre 45 y 60 segundos máximo por un lector promedio. De acuerdo con los estimados de la velocidad de lectura promedio, esto sería aproximadamente entre 225 a 300 palabras.
6. Manténgalo simple y fácil. Evite tener aunque sea un sólo término técnico en su texto. Si los términos técnicos son absolutamente necesarios (y casi nunca lo son), asegúrese de explicarlos. Sea consciente de que cada palabra en tal explicación le cuesta una de las 225 a 300 palabras que tiene disponible. Pregúntese a sí mismo si eso vale la pena. Mantenga los textos fáciles de leer utilizando tantas palabras de dos o tres sílabas como le sea posible. Esto es particularmente importante con los verbos porque los verbos sencillos (además del verbo "ser") son a menudo los verbos más poderosos del idioma (por ejemplo, decir, "mata", y no "está causando la muerte de").
7. Limite la longitud de las oraciones a 10 o 15 palabras, cuando sea posible. Según Witteborg (1981), si una oración tiene más de 22 palabras, entonces se necesitan dos oraciones.
8. Use párrafos cortos. Según Wittebord (1981), dos o tres oraciones no es un párrafo demasiado corto.
9. Elimine las conjugaciones pasivas y sustitúyalas por verbos activos. Por ejemplo: " La lluvia desnuda los suelos desprotegidos de nuestra tierra", y no "Los suelos desprotegidos están siendo desnudados de nuestra tierra por la lluvia".
10. Ponga las cláusulas principales primero y las cláusulas subordinadas después. Por ejemplo: digamos "Muchos agricultores están plantando árboles para mantener el suelo en su lugar", en lugar de "Para mantener

el suelo en su lugar, muchos agricultores están plantando árboles".

- 11 Sea personal. Utilice palabras personales tanto como le sea posible, y mantenga el tono informal. Las investigaciones muestran que las palabras personales hacen la lectura más fácil y más interesante. Ellas incluyen palabras tales como usted, a mí, yo, él, ella, ellos, mío, suyo, de ella, de él, nuestro, de ellos, nosotros, nosotros mismos, ustedes mismos, yo mismo, nombres de personas (Por ejemplo: Diego, Silvia) y palabras que identifican a la gente por su género (por ejemplo, muchacho, mujer, esposo, vendedora, orador). Para la mayoría de las audiencias, las palabras como visitante, o simplemente gente también pueden ser personales. Incorpore en el texto frases de auto-referencia (por ejemplo, "¿Ha visto alguna vez un río ahogándose en sedimento?") y clasificadores (por ejemplo, "Los agricultores más responsables están tratando de detener la erosión del suelo de su tierra"). En algunos casos, tal vez quiera utilizar un vehículo para la personificación en el cual la persona de un rótulo está hablando al expectador en la primera persona, "Yo". En algunos casos, un sendero o un viejo camino le está "hablando" al expectador; en otros casos, puede ser un animal, un árbol o una montaña el que está "hablando".
- 12 Utilice técnicas para construir puentes. Ejemplos breves, analogías y comparaciones unirán sus explicaciones con cosas que los expectadores ya conocen o que les importan. Esto es siempre una buena idea y especialmente valiosa cuando está tratando de explicar las razones de una regla o regulación. Pero no complique mucho las cosas. Una analogía que necesite 100 palabras puede exceder en gran medida lo que la mayoría de la gente va a leer. Aunque sea excelente, usted puede haber malgastado su tiempo. Vea la pauta 13.
- 13 Piense temáticamente aunque esté escribiendo textos para señaladores y rótulos informativos. Los señaladores pueden identificar características especiales u objetos. Usualmente solo contienen el nombre del objeto y uno o dos hechos breves, pero importantes. Los hechos que usted decida incluir deben decir algo sobre el objeto-es decir, ellos comunican un tema. Los rótulos reguladores también deben ser temáticos. Informan a los expectadores sobre reglas y regulaciones importantes. Si están bien hechos, dan las razones por las cuales existen esas reglas y los beneficios de obedecerlas. Estos rótulos son temáticos porque dicen algo a los expectadores sobre la importancia de esas reglas-es decir, comunican un tema. Las listas de reglas usualmente no comunican nada.
- 14 Piense visualmente. Una buena ilustración puede ser equivalente a cientos de palabras. Cuando usted literalmente no puede ilustrar algo, considere utilizar una metáfora visual.
- 15 Revise su ortografía y su redacción al menos tres veces. La última de las tres veces debe ser al menos 24 horas después de que la leyó la última vez. También es una buena idea darle el borrador del texto a otras personas para que lo lean. Nunca imagine la ortografía de una palabra. En mis clases en la universidad, un solo error en la ortografía o puntuación de una exhibición de un estudiante es motivo para darle una nota de reprobación. Con usted mismo sea tan duro tanto como con sus empleados. Nunca tolere errores de puntuación o de ortografía. Dan una mala impresión de usted y su organización, e impiden la comunicación con aquellos expectadores que se molestan por esto.

Apunte 9g

ANADIENDOLE INTERES A LAS EXHIBICIONES

(Tomado de: Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL--UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PRESUPUESTOS PEQUEÑOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

Debido a que las exhibiciones son usualmente un medio de comunicación de una vía, hacerlas interesantes puede ser todo un reto. Agregar interés es muy importante cuando está diseñando una exhibición para un museo o centro interpretativo que ya tiene muchas exhibiciones. Los espectadores se cansan rápidamente cuando están leyendo mucho (una condición llamada fatiga de museo), especialmente cuando están de pie todo el tiempo que ven la exhibición. Una manera de reducir la fatiga de museo es poner bancas, pasamanos, descansos para los pies y otras cosas para que los visitantes descansen. Otra manera de reducir el cansancio es sencillamente hacer sus exhibiciones tan interesantes y estimuladoras como sea posible. Los estudios han mostrado que hay por lo menos tres maneras baratas de hacerlo: (1) puede hacer sus exhibiciones llamativas, (2) puede hacerlas tridimensionales y (3) puede hacerlas interactivas o "participativas". A continuación se dan algunas ideas sobre cómo darle a las exhibiciones cada una de esas cualidades. Sin embargo, recuerde que éstas son simplemente ideas para considerar, no reglas inquebrantables, y que podrían no aplicarse a todas las exhibiciones.

Haciendo las Exhibiciones Llamativas

Todas las exhibiciones tienen palabras, aunque sea sólo en el título, pero eso no quiere decir que deban transmitir todo o casi todo el mensaje. Las ayudas visuales son unas comunicadoras poderosas. No olvide esto cuando esté planificando una exhibición. Por cada palabra que considere, también, analice si una ayuda visual le servirá más. Este no será siempre el caso, pero si permite que ésta sea la filosofía que le guíe en el diseño de las exhibiciones, encontrará que sus exhibiciones pronto estarán diciendo más con menos palabras.

Saque provecho de los materiales visuales ya existentes como mapas, fotografías de revistas, calendarios con impresiones y trabajos de arte, si tiene acceso a ellos. Dependiendo del país en el que trabaje, probablemente necesitará pedir permiso para usar materiales que tienen derechos reservados. Pero si describe sus necesidades y situación financiera, y si trabaja para una institución gubernamental o para una organización sin fines de lucro, casi siempre obtendrá el permiso y simplemente le pedirán que dé crédito a la fuente de donde la tomó. Sin embargo, si le deniegan el permiso, es mejor no usar ese material en su exhibición.

Los materiales impresos en papel pueden colocarse sobre un fondo duro como cartón, cartón para construcción, espuma rígida, madera prensada o fibra prensada) para usar en la exhibición. Para evitar que se "pasen los colores", es mejor usar pegamento de hule (caucho) o un "spray" adhesivo para colocar trabajos de arte que están impresos en papel delgado (esto incluye la mayoría

INTERP. C9g-2

de las fotografías de las revistas). Los pegamentos hechos con agua van a mojar el papel y esto hará que el material que está impreso por un lado pase los colores al otro lado, destruyendo su ayuda visual. Asegúrese de poner adhesivo en ambas superficies antes de pegar la ilustración con el fondo duro. Muchas ayudas visuales son tridimensionales o pueden hacerse tridimensionales. Estas se discuten a continuación.

Haciendo las Exhibiciones Tridimensionales

Los estudios han demostrado que las exhibiciones tridimensionales son más interesantes para los espectadores que las que son planas. Aunque algunas exhibiciones son por naturaleza tridimensionales (por ejemplo, dioramas y modelos), agregar una tercera dimensión a cualquier exhibición bajo techo es fácil. A continuación se presentan ocho maneras baratas para hacerlo. Aunque puede considerar utilizar unos cuantos de estos métodos para algunos tipos de exhibiciones al aire libre, debe considerar cuidadosamente las condiciones climáticas, el vandalismo y robo potencial antes de hacerlas.

1. Puede usar letras tridimensionales en el título. Si tiene el dinero, puede comprar letras tridimensionales hechas de una variedad de materiales (vea "Letras que Se Pueden Comprar"), o puede usar uno de los métodos para trazar para hacer las suyas (vea "Método de Cortar y Pegar"). Si hace sus propias letras, asegúrese de tener una herramienta bien filosa de manera que sus cortes sean lisos y uniformes. Puede usar pintura o marcadores para colorear los bordes expuestos de cada letra. El negro es a menudo el mejor.

2. Puede esconder los "espaciadores" detrás de las fotografías montadas o texto para sacarlos de la pared. Puede usar cualquier material tridimensional como "espaciador". Pequeñas piezas de madera o de cartón duro funcionan bien. El grosor de los espaciadores depende de la distancia que usted quiere entre los materiales montados y la pared. Generalmente, no debe hacerlos tan gruesos como para que se vean. Comúnmente son entre 6 a 25 mm (1/4 a 1 in).

3. Puede poner un objeto real o muestra en el fondo de una vitrina de exhibición. Aunque el resto de la exhibición sea bidimensional, tal objeto le puede dar a todo el diseño la cualidad tridimensional. Si el objeto es muy grande, probablemente debe colocarlo bajo en el diseño, o sino en el piso. Artículos más pequeños pueden verse mejor más alto en la exhibición. Como en muchas de las técnicas que siguen, a menudo, agregar una pequeña etiqueta que identifica un objeto es una buena idea, pero no es siempre necesario.

4. Puede hacer soportes tridimensionales para colocar objetos y especímenes. Cajas y estantes son fáciles de hacer si tiene madera u otro material. Las cajas (generalmente llamadas "pedestales") pueden hacerse de diferentes altos y anchos de manera que los objetos de diferentes tamaños puedan ponerse sobre ellas y ubicarse a diferentes alturas en el diseño. Pintar las cajas, barnizarlas, o cubrirlas con tela (como terciopelo, franela o al godón) añade a la apariencia tridimensional. Los estantes pueden ser muy sencillos como tipo "L" (únicamente frente y fondo). Puede colocarlos en la superficie del fondo con tornillos y poner objetos o especímenes sobre ellos.

5. Puede hacer una pequeña caja de plástico o de vidrio plastificado

(usando goma) y poniendo pequeños objetos o especímenes (tales como artefactos, pájaros o pequeños mamíferos embalsamados, insectos, etc.) dentro de ellas. Puede ubicar estas cajas directamente sobre la superficie del fondo o sobre un estante. Además de que agregan una tercera dimensión, las cajas de plástico hacen que los artículos que contienen parezcan importantes. Si no tiene experiencia en trabajar con plástico y goma puede pedir ayuda a un especialista en plásticos antes de que intente hacer sus propias cajas. Las cajas comerciales hechas de vidrio plastificado son extremadamente caras. Pero si tiene habilidad, con sus propias manos, puede hacer cajas muy bonitas.

6. Puede colocar objetos tridimensionales sobre la superficie del fondo de una exhibición o en una pared adyacente a la exhibición. Con ayuda de alambre grueso o clavos doblados (asegúrese de cortar las cabezas después de que los doble), puede colgar cosas como herramientas, implementos, ramas de árboles, y otros objetos relativamente pesados sin estropearlos por tener que pegarlos con clavos o tornillos.

7. Puede suspender objetos pesados del cielo raso que está sobre la exhibición si el edificio está bien construido y hay suficiente altura. Algunos ejemplos de artículos que se pueden suspender son arados, carretillos, herramientas, aves grandes embalsamadas con las alas extendidas, y esqueletos grandes o partes de éstos, entre otras cosas. Dependiendo del tamaño del artículo que quiera colgar, el cielo raso debe tener por lo menos 4 m (12 ft) de alto para evitar causar lesiones a los visitantes con el objeto. Si el objeto que quiere colgar no es muy pesado, podría pegarlo directamente en el cielo raso con anclajes para cartón suave, o anclajes para pared dura. Sin embargo, para artículos pesados, es más seguro hacer uno o más hoyos en el desván para sujetar el o los alambres de las estructuras del desván. Asegúrese después de poner masa o pintura sobre los hoyos. Es necesario un cielo raso firme o estructuras internas de éste muy resistentes. Use sólo alambre fuerte para colgar objetos pesados.

8. Puede pegar artículos pequeños perecederos y fáciles de sustituir tales como especímenes de plantas, nueces o conos directamente en la superficie de la exhibición. Para colgar objetos más pesados como pequeñas rocas y pedazos de madera densa, use "super-pegamento". No pegue directamente un objeto que es valioso o insustituible. Una vez que está pegado a una pared, prácticamente está destruido.

Haciendo las Exhibiciones Interactivas

Las exhibiciones interactivas invitan a los espectadores a participar físicamente en el proceso de aprendizaje. Es decir, les dan algo que hacer. Además de ser más agradables, las exhibiciones interactivas son mejores "maestros" que las estáticas. Cuatro tipos de exhibiciones interactivas son: tableros con preguntas, tableros con ventanas y flechas, exhibiciones mecánicas, y exhibiciones que se pueden tocar. Los cuatro tipos pueden usarse tanto al aire libre como bajo techo, pero asegúrese de tomar en cuenta las condiciones climáticas y las posibilidades de vandalismo y robo si está considerando usarlas al aire libre. Use técnicas interactivas para producir diversidad en sus exhibiciones, pero no trate de hacer toda exhibición

INTERP. C9g-4

interactiva. Si lo hace así todas sus exhibiciones parecerán iguales. Ocasionalmente, los centros de ciencias en áreas urbanas grandes tienen este problema. Tienen docenas de lindas exhibiciones interactivas (y caras), cada una bien diseñada. Pero después de una hora de estar: estripando botones, jalando perillas y haciendo juegos todos empiezan a parecerle igual al espectador, aunque cada exhibición sea algo novedosa. Recuerde, todo enfatizado equivale a ningún énfasis.

Una exhibición se convierte en un tablero con preguntas sencillamente al darle al espectador la posibilidad de probar su conocimiento. El asunto clave en esta exhibición es la retroalimentación que se debe dar al espectador. Los dos formatos más comunes son los tableros con preguntas y respuestas y los juegos de pareo. Los tableros con preguntas y respuestas presentan una o más preguntas al espectador. Las respuestas correctas (la retroalimentación) por lo general se provee debajo de una tabla pegada con una bisagra o bien con cualquier otro tipo de cubierta. Los juegos para pareo generalmente son un poco más elaborados. Generalmente presentan al espectador un grupo de objetos reales (por ejemplo, varios tipos de nidos de aves diferentes) y otro grupo de artículos (por ejemplo, fotografías, o dibujos de aves diferentes)

Apunte 9h

TEXTOS Y ESTILOS DE LETRAS

(Tomado de: Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL--UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PRESUPUESTOS PEQUEÑOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

Por qué es una Mala Idea Utilizar Sólo Letras Mayúsculas

Como hemos visto, las palabras escritas todas en letra mayúscula están bien para títulos de cuatro o cinco palabras, pero eso es sólo porque no se requiere mucho tiempo para leerlas. Sin embargo, de hecho, todos los textos son más fáciles de leer si se usan letras mayúsculas y minúsculas. Hay muchas razones para esto, pero la principal es que las letras mayúsculas parecen amontonadas y su forma rectangular uniforme hace que sea más difícil distinguir una de otra. Esto no es un asunto de preferencia cultural (como una colega trató de argumentar una vez); es una realidad física que al ojo humano le gusta la variabilidad en el ancho y en el alto de las letras. Los psicólogos han demostrado que el patrón de "altos y bajos" en las letras que forman las palabras y en las palabras que forman oraciones es la clave para que podamos reconocer y recordar palabras en forma de texto. Usando estos patrones reconocibles somos capaces de leer grupos de palabras (generalmente de tres o cuatro), en lugar de una sola palabra a la vez. Poner todas las letras en mayúscula en un texto les da el mismo alto, y una figura rectangular uniforme, robándoles efectivamente sus patrones distintivos. Por lo tanto cuando tenemos que leer texto que está todo en mayúscula, tenemos que leer palabra por palabra incrementando notablemente la cantidad de trabajo que tenemos que realizar. De acuerdo con estudios esto no solamente nos atrasa sino que también reduce la comprensión del material de un 10 a 25 por ciento. Los tipógrafos experimentados (personas que diseñan y hacen estilos de letras) insisten que tener todo en mayúscula es malo en tipografía, aunque sea sólo en los títulos. De acuerdo con Haley (1991:14):

Si existieran diez mandamientos en tipografía, el primero sería "no usarás montajes con sólo letras mayúsculas". Y si existiera un cielo y un infierno tipográfico, muchos de nosotros tendríamos bastantes problemas...

Haley presenta un punto importante. Para ver por qué es cierto, veamos su frase una vez más, esta vez toda en mayúsculas:

SI EXISTIERAN DIEZ MANDAMIENTOS EN TIPOGRAFIA, EL PRIMERO SERIA "NO USARAS MONTAJES CON SOLO LETRAS MAYUSCULAS". Y SI EXISTIERA UN CIELO Y UN INFIERNO TIPOGRAFICO, MUCHOS DE NOSOTROS TENDRIAMOS BASTANTES PROBLEMAS...

Comparando las dos versiones, usted puede ver que el tipo con letras minúsculas no sólo es más fácil de leer, sino que también ahorra espacio - de un 35 a 50 por ciento más espacio - que cuando está todo en mayúsculas. Leer

La versión en minúscula de las palabras de Haley requiere menos trabajo porque tenemos que mover los ojos menos veces del final de una oración al principio de la otra. Sin embargo, aún más importante, es que la versión en minúscula parece que es menos trabajo. La mayoría de las audiencias no cautivas no pondrán atención a un mensaje que pareciera requerir mucho tiempo. Imagínese lo laborioso que resultaría el texto de una exhibición de 225 a 300 palabras si todas estuvieran en mayúscula. Excepto por títulos cortos o encabezamientos, no use sólo mayúsculas. Aún en títulos, a menudo una combinación de letras mayúsculas se verá mejor.

¿Qué Tan Grandes Deben Ser las Letras?

Aún la gente con una vista perfecta no puede leer las letras que son muy pequeñas. Lo que constituye "muy pequeño", por supuesto, dependerá no sólo del tamaño de las letras, si no que también de la distancia a la que se observan. Un tipógrafo mide el tamaño de las letras en la "Medida del punto" o simplemente "puntos". La medida del punto de un estilo de letra se mide de la parte inferior de la letra más baja (usualmente la cola de la letra "y") a la parte superior de la letra mayúscula más alta (usualmente "T"). Un estilo de letra que tiene un tamaño de 2.5 cm (1 in) mide 72 puntos de la parte inferior de la "y" a la parte superior de la "T". Si ignoramos la "cola" rara (puesto que sólo la "y" y la "g" la tienen), el tamaño real de letras de 72 puntos en la mayoría de los estilos de letra es cerca de 2 cm (3/4 in). Una letra de 2.5 cm (1 in) es normalmente de 96 puntos. Este libro está impreso en tipo de 10 puntos. Los textos que se hacen para ser leídos muy de cerca (por ejemplo libros, periódicos, biblias, etc.,) usualmente tienen letras que son de 12 puntos o menos. Puesto que la mayoría de la gente lee las exhibiciones de una distancia de por lo menos 60 cm (2 ft) y algunas veces de más lejos, se resalta la razón por la cual ninguna parte del texto de una exhibición debe imprimirse de este tamaño. Como muestra la Figura 1, el tamaño de letra más pequeño recomendado por los expertos en exhibiciones es de 18 a 24 puntos (alrededor de 0.6 cm o 1/4 in), y este tamaño debe ser reservado para las partes menos importantes del texto (información, rotulación de especímenes, etc.). Las exhibiciones con texto de por lo menos el tamaño recomendado en esta guía podrán ser leídos aún por la gente que no tiene buena vista.

ESPACIAMIENTO ENTRE LETRAS

Una manera para ahorrar dinero en una exhibición es crear sus propios títulos, encabezamientos y texto. Si usted hace esto, la cantidad de espacio que ponga entre letras es importante. Si las pone muy próximas serán difíciles de leer, y si las pone muy separadas los lectores tendrán dificultad para seguir su flujo de ideas. La mejor manera de determinar si las letras están espaciadas adecuadamente es mirándolas. Usted probablemente encontrará que las mayúsculas anchas como "A", "M", "W", y "Y" necesitarán menor espaciamiento que las letras rectas como la "I" y "l". De la misma manera las letras con curvas (tales como a, b, c, d, g, o, p, q, etc., y sus mayúsculas) pueden necesitar ubicarse un poco más juntas que otras letras

para verse bien. Como una pauta muy aproximada, Neal (1976) sugirió utilizar una vez y media el grosor de la letra "I". Pero como ella previno, el espaciado visualmente correcto variará dependiendo del tamaño y estilo de las letras que usted está usando. En letras, es mejor siempre creerle a su ojo.

ESPACIAMIENTO ENTRE PALABRAS

El espaciado entre palabras también es importante porque los lectores deben ver donde termina una y dónde comienza la próxima. Algunas veces los diseñadores principiantes tratan de aglomerar las palabras de manera que se pueda "colocar" un poco más de texto en el espacio disponible. Pero esto probablemente nunca es una buena idea. Enfrentados con tal dilema, casi siempre será mejor encontrar maneras de reducir el número de palabras en lugar del espacio entre ellas. Por otro lado, mucho espacio también puede ser un problema. Desafortunadamente, no hay ninguna fórmula ni regla estricta que nos diga cuánto espacio es el mejor. Eso se debe a que nuestros gustos por esas cosas cambian con el tiempo. En los años 70s, por ejemplo, una regla ampliamente usada en el diseño de las exhibiciones era dejar entre las palabras de una oración un espacio equivalente al ancho de la letra "M". En los 90s, sin embargo, pareciera que preferimos nuestras palabras un poco más próximas que lo que "el espaciado M" las coloca, a menudo tan próximas como el ancho de la letra minúscula "n". Dependiendo del tamaño y estilo que usted está usando, tanto el espaciado M como el espaciado n probablemente se verán bien pero el efecto será diferente. Juzgue por usted mismo cuál se ve mejor en su exhibición.

Ver Figura 1 para apunte C9h.

Obviamente puesto que una "n" es más angosta que "M", el espaciado n permite más palabras por línea de texto que el espaciado M. Tenga cuidado, sin embargo, de no tener demasiadas palabras en una línea. De acuerdo con los expertos, una sola línea de texto rara vez debe exceder los 50 caracteres (incluyendo letras y todos los espacios entre las palabras). De acuerdo con Neal (1976), el límite máximo es 65. (Note: no debe tratar de verificar estas pautas de espaciado con el espaciado que existe entre las palabras de este libro. Estas pautas se aplican principalmente a tipos grandes como los usados en rótulos y exhibiciones, y no con tipos pequeños como los que se usan en libros y revistas).

Muchos expertos en exhibiciones dicen que el espaciado entre palabras debe ser uniforme. Es decir, todas las palabras deben de tener el mismo espaciado entre ellas. Si usted "justifica" el texto (varíe el espaciado entre las palabras para que produzca un margen derecho que sea recto), las palabras en cada línea no estarán espaciadas uniformemente. A pesar de que no hay evidencia determinante que indique que una de las dos sea mejor en términos de lectura, la mayoría de los expertos están de acuerdo que la apariencia no justificada o "derecha irregular" invita más y parece más informal que el tipo justificado. Esto puede deberse a que el texto justificado casi siempre lo asociamos con publicaciones formales como periódicos y libros. Este libro, por ejemplo, tiene texto justificado. Note el espaciado irregular entre palabras en algunas oraciones. De manera que usted puede ver la diferencia, el texto en este párrafo no ha sido justificado. Tiene la apariencia "derecha irregular".

ESPACIAMIENTO ENTRE LINEAS DE TEXTO

El espaciado entre líneas de texto es uno de los factores más importantes en el diseño de exhibiciones. Las líneas de texto que están muy juntas son difíciles de leer y se ven de esa manera-efectivamente asustando a los lectores potenciales que tendrán desganado para leerlo. Tanto los diseñadores experimentados como los principiantes son culpables de juntar las líneas de texto en sus exhibiciones. Algunas veces no saben que pueden ser mejor, pero usualmente se debe a que están tratando de comprimir un poquito más de información en una parte específica de la información. De cualquier manera, por supuesto, el resultado es un texto que poca gente leerá.

El espacio adecuado entre líneas de un texto le da a la exhibición una apariencia más informal que grupos de oraciones muy fuertemente comprimidas. Trapp et al. (1991) lo llamó "espacio de respirar", una metáfora adecuada porque las palabras de un texto que están fuertemente comprimidas tienen la apariencia de estarse asfixiando bajo su propio peso. Las opiniones abundan acerca del espaciado óptimo, pero tomando en cuenta las diferencias entre los tipos de letras y especialmente sus tamaños, las siguientes pautas normalmente producirán un texto que puede "respirar" (vea la Figura 2):

1. Para letras que son de 5 cm (2 in) o menos en altura: Las líneas deben de tener un espaciado entre ellas equivalente a la altura de una letra

mayúscula más 0.3 cm (1/8 in) adicional.

INTERP. C9h-6

Ver Figura 2 para Apunte C9h.

2. Para letras de más de 5 cm (2 in): Las líneas deben de tener un espacio entre ellas equivalente a la altura de una letra mayúscula más 0.6 cm (1/4 in).

Las palabras "espacio entre" en estas pautas se refieren a la distancia desde la parte inferior de la línea superior a la parte superior de la línea que está bajo ella. Para ver si usted está comprendiendo esta idea, trate de hacer este ejercicio con la información que se presenta en la Figura 1. Si está preparando el texto de una exhibición que será visualizada desde una distancia de 2 m (6 ft), ¿cuánto espacio necesitaría entre las líneas?
 Respuesta: supongamos que usted está usando letras de 48 puntos, debe haber razonado que puesto que las letras de 48 puntos son de 1.3 cm (1 /2 in), usted necesitará dejar esa cantidad más 0.3 cm (1 /8 in). Sumando, debe haber encontrado que el mejor espaciado entre las líneas de texto es de 1.3 cm + 0.3 cm = 1.6 cm. En pulgadas, debe haber obtenido $1/2 + 1/8 = 4/8 + 1/8 = 5/8$ in. Rápidamente, ¿podría calcular el espaciado correcto para un título de dos líneas que se debe leer desde una distancia de 9 m (30 ft)?
 Respuesta: 10 cm + 0.6 cm = 10.6 cm de espaciado entre líneas (4 in + 1/4 in = 4 1/4 in).

Ubicación del Texto en la Exhibición

Dependiendo de dónde ponga las palabras en una exhibición influirá en que sean leídas o no. Debido a nuestro rango limitado de movimientos cómodos de la cabeza y el número de expectadores que usan lentes bifocales, debería de mantener el texto tanto como sea posible en un ángulo recto con la línea de la vista del expectador. A no ser que haya una buena razón, ningún texto ni objetos pequeños deberían ubicarse a no menos de 60 cm (2 ft) del piso. Para lograr esto usted tal vez deba elevar su exhibición colocándola en un pedestal o soporte de algún tipo. Otra opción es colocar la exhibición en una pared a la altura óptima. Algunos expertos sugieren 2.15 m (7 ft) como la altura máxima de la parte superior de la vitrina o gabinete. Use las siguientes pautas (adaptadas de Neal 1976 y Witteborg 1981) para determinar el tamaño óptimo de las diferentes partes de una exhibición:

1. Títulos/Subtítulos (Nivel I): Ubíquelos a no más de 30 cm (1 ft) sobre el nivel del ojo. Suponiendo que el tamaño promedio de altura de un adulto es de 1.65 m (5.5 ft), la altura máxima normal del título estará alrededor de 2.05 m (6.75 ft). Algunos expertos sugieren 2.15 m (7 ft) como la altura máxima para las audiencias de adultos.

2. Encabezamientos y texto (Niveles II y III): Ubíquelos en algún lugar entre el nivel del ojo y alrededor de 30 cm (1 ft) bajo él. Una vez más suponiendo que la altura promedio del adulto es de 1.65 m (5.5 ft), los encabezamientos y el texto deberán ubicarse normalmente entre 1.4 m (4.6 ft) a 1.8 m (5.9 ft) sobre el nivel del piso o del suelo.

3. Si por alguna razón usted tiene que ubicar texto o un rótulo en o cerca de la parte inferior, diríjalo hacia el expectador más o menos en un ángulo de 30 grados. Si tiene que localizar encabezamientos o textos sobre el nivel recomendado, incline el texto hacia abajo del borde superior más o menos a un ángulo de 30 grados.

INTERP. C9h-8

4. Si necesita poner bloques de texto a los lados dentro de una vitrina, diríjalos hacia el espectador.

Ver Figura 3 para apunte C9h.

Estilos de Letras

El propósito de las palabras en una exhibición es ser leídas. No son para "decorar" una exhibición, ni tampoco son para decorarla. Son para que las lean y nada más. Este consejo, más que cualquier otro, debería guiar su escogencia y uso de tipos de letra en el diseño de una exhibición. Mientras que es muy cierto que los diferentes estilos de letras (tipos de letras) comunican diferentes ánimos, o como Trapp et al. (1991) los llama, "personalidades", es mejor evitar los que son muy fuertes en una exhibición. Es decir, mantenga el estilo de las letras conservador y legible. En este contexto, conservador significa no muy decorado o elegante, y legible quiere decir exactamente lo que dice. Los dos a menudo están relacionados.

Los diseñadores principiantes algunas veces "se dejan llevar", tratando de hacer una frase visual acerca del tópico en cada elemento del diseño, incluyendo los tipos de letras. Hace unos pocos años un estudiante produjo una exhibición titulada "Los Colores del Otoño-Caen Cada Año", en el cual cada una de las letras del título tenía un tono diferente de anaranjado, rojo, amarillo, verde o café (colores característicos en el otoño, de las hojas de los árboles caducifolios del noroeste de los Estados Unidos). Además, detrás de cada letra estaba la silueta de la forma de una de las hojas de los árboles que iba a tratar en el texto de la exhibición. A pesar de que, aparte de eso, su exhibición estaba muy bien diseñada, él notó que muy poca gente se detenía a verla-probablemente porque no podían leer el título. Después de algún convencimiento, el estudiante condujo un experimento. Sustituyó el título decorado por letras negras grandes. Un día

después él notó que la gente se detenía a ver su exhibición. A través de su experimento, el estudiante demostró un principio sencillo pero importante: los títulos y los textos que se pueden leer capturan más la atención que aquellos que no lo son. Siempre use letras que son fáciles de leer.

Ver Figura 4 para apunte C9h.

Letras que Se Pueden Comprar

Todas las letras, ya sean en títulos, subtítulos, encabezamientos o texto necesitan ser legibles. Las letras que se pueden comprar en el comercio son las mejores si tiene dinero para comprarlas. Literalmente hay miles de tipos de letras disponibles, y los diseñadores principiantes pueden verse abrumados por el gran número de elecciones posibles. Afortunadamente, la situación es en realidad menos complicada. La escogencia básica es entre tipos de letras "serif" y "sans serif". Los estilos serif tienen un serif, una barra o "rabo" que está conectado al final de la letra. El tipo sans serif no tiene rabos. Witteborg (1981) y Trapp et al. (1991) recomendaron dos tipos de letras básicos (uno serif y otro sans serif) que pueden usarse casi en cualquier tipo de exhibición, para interiores o exteriores (vea Figura 4). Estas son Times Roman (un tipo de letra serif legible) y Helvética (estilo de bloque, tipo sans serif muy legible). Ambos se usan extensamente en exhibiciones y rótulos en el mundo entero, y son los dos tipos de letras más comúnmente encontrados en los programas de procesadores de palabras de las computadoras. Su popularidad se debe a su apariencia: tienen "personalidad", pero no demasiada; son agradables para verlas y lo que es más importante, es que son fáciles de leer. Puesto que estos tipos de letras se encuentran disponibles en negrita, itálica y en muchos tamaños diferentes, son muy versátiles. Grupos completos de los caracteres más comunes en Times Roman y Helvética se incluyen en el Apéndice C. Puede usarlas como moldes para trazar si tiene que hacer sus propias letras.

Puede obtener estos y otros tipos de letras en establecimientos para artículos de arte ya sea como letras para transferir ("letras transferibles") o letras de vinil adheribles. En exhibiciones interiores puede utilizar las letras directamente en la exhibición. Si está produciendo una exhibición al aire libre, sin embargo, probablemente querrá transferir la forma de las letras a la superficie y luego pintarlas. Discutiremos más adelante maneras para transferir letras.

Si está cerca de una ciudad, usted debe ver cómo consigue que su texto se lo escriban mecanografiado. La mecanografía se hace con máquinas (hoy día, la mayoría en computadoras) que produce cualquier número de tipos de letra diferentes en una gran variedad de tamaños en versiones claras, medianas, negrita e itálica. La mayoría de las oficinas de publicaciones de las universidades, imprentas, periódicos y revistas tienen máquinas de escribir. En algunos casos usted puede conseguir que le hagan pequeños trabajos gratis de este tipo. En la mayoría de los casos, sin embargo, usted tendrá que pagar. Ya que los precios pueden variar mucho, debería averiguar un poco.

Ver Figura 5, para apunte C9h.

Algunos negocios de artes gráficas tienen máquinas computarizadas que pueden cortar letras plásticas en una gran variedad de colores estilos de letras y tamaños. Cuando se pegan al fondo liso de una superficie, estas letras parecen pintadas o serigrafiadas. El efecto es muy profesional y a menudo se encuentra disponible a un precio más bajo que lo que le cobraría un rotulador profesional, especialmente cuando toma en consideración los costos a largo plazo.

Puede comprar letras para títulos y subtítulos grandes casi en cualquier establecimiento que venda artículos de arte. Las letras tridimensionales le dan énfasis al título. Puede conseguir las en muchos tamaños y materiales diferentes incluyendo madera, corcho, cartón, plástico, yeso y aún metal. Algunas personas ahorran dinero comprando un grupo de letras comerciales y usándolas como moldes para hacer sus propias letras. Por ejemplo, pueden usarlas para trazar el borde de los caracteres que necesitan en el tipo de material deseado (por ejemplo, papel de colores, cartón, madera, corcho, esterofón, etc.), cortarlas con una herramienta adecuada para el material (un cuchillo filoso, una segueta, caladora eléctrica o una sierra caladora manual), y luego pegarlas con goma en la exhibición.

Algunas Maneras de Producir Sus Propias Letras

Puesto que nos concentramos en exhibiciones que no cuestan mucho dinero, es probable que usted tenga que hacer algunas o todas sus letras. Discutiremos varias maneras de hacer esto. Debe notar que algunos de estos métodos consumen mucho tiempo, y que producen resultados que pueden ser

aceptables para una situación dada, pero ciertamente no son de calidad profesional. Si usted tiene el dinero para utilizar técnicas más sofisticadas, debería consultar a un fabricante profesional de exhibiciones. Sin embargo, los métodos si funcionan, y si tiene limitaciones presupuestarias pero puede invertir el tiempo necesario, podrá producir títulos y textos superiores a los hechos a mano.

Guía Para Letras "Leroy"

Con alguna práctica puede producir letras muy nítidas y legibles utilizando una guía para letras "Leroy". Con la llegada de las computadoras y los servicios baratos para mecanografiar, las guías para letras Leroy están dejando de utilizarse en muchas ciudades. Pero si trabaja en un área remota la guía para letras Leroy será un equipo muy importante. Si trabaja para una agencia, pregúntele a los artistas de la oficina central si existe una guía para letras Leroy. Hay posibilidad que tengan guardado alguno en una gaveta esperando ser descubierto por usted.

Máquinas Manuales Para Hacer Letras

Algunas oficinas tienen máquinas para hacer letras. Probablemente la más común es la máquina para letras Kroy, un aparato para hacer letras que es fácil de usar y que funciona simplemente moviendo el dial a la letra deseada y presionando un botón. Cada carácter es transferido en el color deseado a una cinta transparente que más tarde puede ser adherida a papel o a otra superficie. Puesto que las letras y oraciones pueden hacerse en secuencia y con espaciado adecuado, puede evitar la tarea de colocar individualmente cada carácter lo que consume mucho tiempo. Los resultados pueden usarse directamente, pero debido a que la cinta brilla, y con el tiempo se hace amarilla, generalmente, es mejor transferir la diagramación final antes de usarla en una exhibición.

A pesar de que cada día son más difíciles de encontrar, una buena máquina de escribir puede producir resultados aceptables si no hay nada más disponible. Una cinta nueva y papel limpio son una combinación esencial. Las copias impresas también pueden utilizarse directamente o ser transferidas a otro papel.

Apunte 9i

MODELOS: EXHIBICIONES Y ROTULOS

(Tomado de: Ham, Sam H. 1992. INTERPRETACION AMBIENTAL--UNA GUIA PRACTICA PARA GENTE CON GRANDES IDEAS Y PRESUPUESTOS PEQUEÑOS. Golden, Colorado, USA: The North American Press)

Apunte 9j

DISEÑO DE LOS CARTELES O LETREROS INTERPRETATIVOS

(Adaptado de una publicación de la Administración de Parques Nacionales de Argentina, editada por Da Re y Lichter)

Para decidir el diseño de un cartel se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Tamaño y tipo del recurso a interpretar: Supongamos que el recurso interpretativo seleccionado es un hongo; el tamaño del cartel no debería ser excesivamente grande, pues daríamos más importancia al cartel que al hongo.

Entorno: Hay que considerar el paisaje que rodea al recurso y por ende al cartel, es decir la relación con el plano del horizonte.

Ejemplo: Un cartel colocado en medio de un desierto siempre llamará la atención, pues el horizonte esta muy alejado y el cartel se destaca sobre el. Por el contrario, en medio de la selva, donde no vemos el plano del horizonte, el entorno se alza como una muralla que envuelve al cartel, haciéndolo pasar desapercibido. Por lo tanto, el diseño del cartel deberá adecuarse a cada situación.

La información: Este es el aspecto que tal vez condiciona más el formato del cartel, lo que a veces es un problema, puesto que la dimensión de la información varía según el recurso al que se refiere. Una solución es calcular una medida promedio y sobre ella distribuir los espacios para dibujos y textos. Puede ocurrirle que una determinada información supere esa medida, por lo que deberá excluir aquellas frases o dibujos que no sean imprescindibles para su comprensión.

Formato: El formato ideal para este tipo de cartel es el rectangular. Trate de no utilizar cuadrados, pues de todas las llamadas "formas perfectas" (cuadrado, triángulo, círculo) el cuadrado es visualmente al más rígido. En cuanto a las medidas del cartel, estas deben variar entre 40 x 30cm, y 50 x 40cm.

Letras: Con respecto al tamaño de las letras, tenga en cuenta que el

INTERP. C10-2

visitante se acerca al cartel para leerlo, por lo que estas no tiene que ser excesivamente grandes: 1.5 cm para las mayúsculas y 1 cm para las minúsculas es una buena medida. Salvo para los títulos o nombres importantes, jamás utilice solamente letras mayúsculas, pues estas confieren al texto un aspecto demasiado uniforme, lo que hace muy monótona la lectura.

Tema 10

LAS PUBLICACIONES Y LA INTERPRETACION

OBJETIVO:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Enumerar las ventajas y desventajas de las publicaciones como medio interpretativo.
2. Planificar y diseñar publicaciones simples.

REFERENCIAS:

Ham, 1992; Sharpe, G. 1982. (Cap. 13); "PARQUES", Vol. 10(1).

PRESENTACION:

- 1.1 Las publicaciones cumplen una función que los demás medios de interpretación no pueden: el visitante las puede adquirir y llevar a su casa; también tienen la posibilidad de presentar mucha información para el interesado.
- 1.2 Presente ventajas y desventajas de las publicaciones.

Desventajas

- Las publicaciones son frías, faltando el calor del contacto personal y la atracción que presentan letreros, exhibiciones y la misma naturaleza; no demandan la participación del visitante.
- Es difícil transmitir conceptos dinámicos a través de este medio.
- Son medios de comunicación de una vía.
- A veces se sobreusan, bombardeando al visitante con folletos y otros papeles mientras el intérprete está ausente, quizás preparando otra publicación.
- La publicación es solamente para parte del auditorio, la parte a la que le gusta leer; a veces esta parte es mínima.

Ventajas

- Ofrecen la mejor oportunidad para ofrecer información de profundidad.
- Pueden ser llevadas a la casa.
- El mensaje puede ser dispersado por toda una región o país fácilmente.
- Pueden ser el medio más barato para presentar un mensaje.
- En comparación con otros medios, las publicaciones tienen menos impacto sobre el medio ambiente del AP.

INTERP. C10-4

- 1.3 Explique los tipos de publicaciones: informativas (orientativas) e interpretativas.

Informativas

- folletos de entrada, guías generales, mapas, periódicos especiales, reglamentos.

Interpretativas

- folletos para senderos u otras rutas autoguiadas, guías de fauna, flora, geología, etc., otras publicaciones educativas.

- 1.4 Discuta las políticas de distribución de las publicaciones: si se regalan, y están fácilmente disponibles, los visitantes las cogerán aunque no les interesan mucho. Es mejor guardar las publicaciones en un sitio fuera de vista, y entregarlas cuando un interesado pregunte algo sobre el tema respectivo; pero, en algunos casos, es mejor regalar ciertas publicaciones para que información específica reciba una diseminación rápida. El público valora más las publicaciones que tienen costo, aunque sea mínimo.

- 1.5 Explique que la preparación de una publicación puede ser bastante complicada dependiendo de muchos factores: uso de colores, dimensiones de la publicación, fotografías y otras gráficas, etc.

- 1.6 Explicar la situación de las publicaciones en el sistema de AP; existe la posibilidad de estandarizar el formato y contenido de las publicaciones de las varias unidades que componen el sistema de AP.

- 2.1 Revise con los participantes los apuntes que acompañan este tema.

ACTIVIDADES:

- * Mostrar una selección de folletos y otras publicaciones de varias AP, del país y la región. Discutirlos en relación con los lineamientos presentados.
- * Pedir a los participantes que den ideas sobre publicaciones que deben tener sus AP respectivas, tomando en cuenta las alternativas en cuanto a medios de interpretación, tema, formato, y principalmente, el mensaje.
- * Si el tiempo lo permite, pida a los participantes que preparen modelos con texto, mapas, etc., de un folleto sobre el AP que representan.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo C (Interp.): Temas 2, 7 y 11
Módulo D (Manejo): Tema 8

Módulo E (Admin.): Tema 6

Apunte 10a

DIRECTRICES PARA LA PREPARACION DE PUBLICACIONES
INTERPRETATIVAS

Las publicaciones, en especial los folletos, pueden ser preparados con mayor efectividad si se toman en cuenta las siguientes directrices:

1. Apariencia general: Deben ser atractivas para el lector potencial. No hay que preocuparse por la parte técnica del mensaje si nadie lo va a leer.
2. Carátula o portada atractiva: La portada crea la primera impresión del folleto. Si está bien hecha, se motivará al lector a abrir el folleto y leerlo. El título debe ser conciso, llamativo, e informativo.
3. Tamaño y Forma Apropriados: Considere el uso que tendrá la publicación al decidir su forma y tamaño. ¿Debe entrar en un sobre para enviar en el correo? ¿En el bolsillo para llevar al campo?
4. Ser Conciso: Utilizar el mínimo de palabras necesarias para transmitir el mensaje deseado. En las AP, los visitantes tienden a preferir las publicaciones cortas.
5. Ilustraciones: Las fotografías, diagramas, y otras gráficas ayudan mucho a mejorar la apariencia de una publicación. Los mapas son esenciales, pero manténgalos simples, sin complicar la presentación de su información.
6. Eliminar texto y frases burocráticas: No trate de impresionar al visitante con palabras elocuentes o técnicas; intente ser franco y directo, eliminando prejuicios institucionales o personales.
7. Contacto Local: Incluya una dirección local para aquellas personas que desean obtener más información.
8. Problemas de Manejo: Si el folleto enfoca algún problema o aspecto de manejo del AP, indique las leyes o reglamentos respectivos. Trate de no escribir en forma o tono negativo.
9. Estilo de Escribir: El estilo debe ser compatible con el tipo de audiencia que se espera, y debe presentar un balance entre entretenimiento e instrucción. El texto debe ser conciso, acentuando las ilustraciones.
10. Uso de Color: El uso de colores en la impresión de la publicación mejora su aspecto estético, y facilita la comprensión de muchas ilustraciones. Sin embargo, entre más colores, más cara la impresión. Muchas veces un papel de color, y uno o dos colores de tinta resulta muy atractivo. Investigue todas las posibilidades con una buena imprenta.

Apunte 10b

PREPARACION DE FOLLETOS

(Adaptado de una publicación de la Administración de Parques Nacionales de Argentina "Manual de Interpretación", editada por Da Re y Lichter)

La realización de un folleto es una tarea sumamente compleja, a pesar de que, en un principio, aparenta lo contrario. Por lo tanto trataremos de establecer una serie de pautas que consideramos se deben seguir ordenadamente y las que nos ayudarán a alcanzar las metas propuestas. Las mismas son:

1. OBJETIVOS

Toda acción que realicemos debe estar fundamentada en objetivos claros y definidos. Al definir los objetivos de un folleto, debemos preguntarnos "¿Qué pretendemos lograr con él?" Tal vez tenga muchas respuestas, pero elija solo algunas, pues un folleto no puede cumplir, por sí mismo, con todas las expectativas. A su vez, los objetivos seleccionados deben ser factibles, es decir, que se puedan cumplir mediante la acción del folleto. Por sus características, que definiremos más adelante, las posibilidades de un folleto son limitadas. Por lo tanto si tenemos un objetivo sumamente complejo, porque para alcanzarlo necesitamos una gran cantidad de material, ya sea escrito o ilustrativo, no hagamos un folleto, sino un libro o un manual.

Ejemplo: recientemente hemos hecho un folleto interpretativo para el Parque Nacional Iguazú. Su objetivo es destacar la importancia de la selva subtropical. ¿Por qué? El breve estudio que se hizo de los visitantes determinó que la gran mayoría de ellos solo quieren ver las cataratas. El entorno de las mismas es sumamente secundario. Al final de la visita, todos conocen la Garganta del Diablo pero nadie sabe que es un Pindo (o el árbol más común del AP). En base a ello, todo el esfuerzo de redacción y diseño se orientó hacia la selva.

2. TEXTO

Este tal vez sea el más arduo de los pasos a cumplir. El texto de un folleto, cualquiera que sea su tipo, debe ser siempre claro, breve y fundamentalmente, ameno. Hay que tratar de ponerse en el lugar del visitante, ya que a menudo, muchos aspectos que para nosotros son obvios, para el visitante son verdaderos misterios. . . .

Soluciones a problemas de texto:

Texto extenso: Tomemos como ejemplo el tema de flora. De él hemos tratado diferentes aspectos. Todos son importantes pero, seguramente, algunos son más que otros o concuerdan más con los objetivos o, en su defecto, se atienen mejor a las posibilidades de un folleto. Por lo tanto, se deberá hacer una selección.

Frases confusas: Para este punto podemos probar sustituir una palabra por

INTERP. C11-2

otra, cambiar su estructura, etc. Pero aunque suene infantil, si consultamos la frase con otras personas, seguramente alguna de ellas dará en la tecla.

Textos técnicos: Es uno de los mayores peligros en los que podemos caer. Recordemos que el visitante concurre al Parque fundamentalmente para recrearse. Por lo tanto, no pretendamos que realice un gran esfuerzo mental, lo que decididamente no va a hacer. Una solución es tratar de redactar el texto de la misma forma en la que describiríamos ese aspecto a un amigo que desconoce del tema, es decir, hay que cambiar el léxico sin cambiar el fondo.

- Las palabras deben ser las cotidianas.
- Los nombres científicos de las especies mencionadas deben suprimirse, salvo que estos sean necesarios para la comprensión del texto. Si una especie no tiene nombre vulgar, trate de explicar el significado de su nombre científico.
- En el caso de las normas de conducta o en temas referentes a la conservación del patrimonio del Parque, hay que tener mucho cuidado en como lo redactamos. Una lista larga de "no haga esto" y "no toque lo otro", etc., seguramente provocará una reacción inversa a la deseada. En cambio si hacemos notar la importancia de cada elemento por pequeño que sea, y luego solicitamos que nos ayuden a conservarlo obedeciendo las reglamentaciones, tal vez consigamos una actitud positiva.

Ejemplo: En el nuevo folleto del Parque Nacional Iguazú se describe la gran variedad de mariposas, sus colores, formas importancia en la naturaleza, comportamiento, etc. Luego de ese párrafo se colocó la siguiente frase: "Este conjunto de características estimula a la mayoría de los visitantes a querer atraparlas, por lo que le solicitamos colaborar con nosotros, evitando que tales actos se produzcan en su presencia."

3. DISEÑO Y DIAGRAMACION

a) Formato: Se usan fundamentalmente dos tipos: los de forma de librillo y los desplegados.

- Desplegados: Por una disposición oficial, todos los folletos desplegados que editen organismos del estado deben medir, cuando están cerrados, 21 cm. de alto por 10 cm. de ancho. Este formato es el más aconsejable para cuando realizamos folletos informativos o interpretativos. Si bien el número de pliegos no está limitado por ninguna disposición, trate que sea manuable, y que, al abrirlo en su totalidad, no parezca una sábana.
- Librillo: Es el ideal para usarlo en senderos de interpretación, dado que su tamaño y disposición de los pliegos permiten leer y caminar comodamente. A su vez, permite lograr un mayor ordenamiento el conjunto, al poder utilizarse una hoja para cada parada.

b) Tipografía: La elección del tamaño y forma de letras que utilizará depende de la extensión del texto y de la función que cumple el mismo.

Ejemplo: Para el título que aparece en la portada usaremos un tipo de letra, el cual debe ser impactante; para el texto general, un formato de letra clara y fácil de leer; para los epígrafes de fotos o ilustraciones, un tamaño más pequeño. Sin embargo, todas deben presentar semejanzas, porque en su defecto, nuestro folleto parecerá un catálogo de tipografías.

c) Disposición de los textos: Nos referimos aquí solamente a los folletos desplegados. Al disponer los textos sobre el papel, debemos lograr que la secuencia de los mismos concuerde con la forma en que se despliega el folleto. Una disposición desordenada puede confundir al lector y obligarlo a realizar cambios incómodos de posición del folleto, lo que seguramente irá en contra de una lectura atenta.

d) Dibujos y fotografías: Todo texto debe estar acompañado de dibujos, fotografías o esquemas. En primer lugar, para lograr una presentación agradable y que incite a la lectura. Así mismo sirven para aclarar o ampliar la información escrita y, también, para incorporar datos que no referimos en el texto.

Ejemplo: La descripción escrita de las partes que forman una flor nos ocuparía un extenso espacio de texto y seguramente no lograremos que el visitante se forme una representación visual de las mismas. Esto no sucede si colocamos un corte de flor, indicando el nombre de sus órganos.

La disposición de las ilustraciones y fotografías debe ser armónica y, en lo posible, concordar con el texto al que se refiere.

Una ilustración que siempre debe aparecer es el mapa, ya sea del Parque, zona o sendero.

e) Color: El color o los colores que utilizaremos, ya sea para fondo, encuadre, letras o ilustraciones, juega un papel fundamental en el diseño del folleto. Sin embargo la elección de los mismos requiere una gran preparación en el tema, gusto estético, nociones de equilibrio, tono, matiz, etc. Nos es imposible dar una explicación de ello, pues la misma abarcaría todo un tratado, pero si está interesado en el tema, le recomendamos recurrir al libro "Fundamentos de Diseño" de Robert Scott (ver bibliografía).

4. EVALUACION

Si bien este paso lo hemos colocado al final del todo, se debe evaluar, por separado y una vez finalizados, cada uno de los pasos anteriores. Porque, supongamos que nos hemos equivocado en la elección de los objetivos. De allí en adelante, todo lo que hagamos presentará errores. Algunos pueden no ser importantes, pero otros (la mayoría) serán fatales. Por lo tanto, antes de dar por finalizado un paso, consúltelo con otras personas, escuche sugerencias, analíselas y, en caso de surgir fallas, corríjalas.

Para la evaluación final, le aconsejamos realizar un boceto del folleto. es decir, tome un pedazo de cartulina con el formato elegido, distribuya los espacios que ocuparán los textos, coloque en el lugar correspondiente copias de los dibujos o fotografías, diagrame la tapa.

INTERP. C11-4

A continuación, reuna la mayor cantidad de espíritu crítico, aspire hondo y analice el conjunto. Si no le ha encontrado falla alguna, le recomendamos olvidarse del folleto por unos días. Suele pasar que, a esta altura, ya estemos hartos del mismo y que, con tal de terminarlo, lo consideremos una obra maestra.

Por eso le aconsejamos ese pequeño descanso. Cuando lo vuelva a analizar, seguramente verá detalles pequeños que hay que corregir. Hágalo y ahora sí, con todas sus armas, defienda su proyecto.

Tema 11

LAS RELACIONES PUBLICAS Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Describir los principales medios de comunicación masiva y el impacto que pueden tener en la imagen y manejo de las AP.
2. Utilizar los medios de comunicación masiva para fines interpretativos y de manejo de las AP.

REFERENCIAS:

Fazio y Gilbert, 1981.

PRESENTACION:

- 1.1. Las relaciones públicas son un componente esencial para que la administración de un AP pueda lograr sus objetivos de manejo. Este es un tema sumamente complejo, que incluye muchos aspectos, desde la interpretación rutinaria que se lleva a cabo dentro del AP, hasta relaciones con los medios de comunicación masiva de la región o sea, es una actividad que se efectúa tanto dentro como afuera del AP y para la cual todo funcionario es responsable de alguna manera. Normalmente es la administración, a través de su jefatura quien se encarga oficialmente de las relaciones públicas. Sin embargo, muchas veces es el intérprete quien tiene que llevar a cabo la parte técnica de la comunicación con los medios de la comunicación masiva.
- 1.2. Por los medios de comunicación masiva queremos decir los periódicos o diarios, la radio, y la televisión. Estos medios llegan todos los días a miles y a veces, a millones de personas. Representan un medio de comunicación e interpretación para un AP que por lo general no se aprovecha, aunque si las AP realmente quieren lograr al máximo sus objetivos de manejo, su personal tiene que aprender a utilizar este recurso.

El manejo de las AP siempre se realiza dentro de un marco social. Se manejan los recursos para la gente, con la gente, y por la gente. Se puede decir que el manejo de las AP está constituido en un 80% por el manejo del público, y en un 20% por el manejo del recurso en sí. Como uno de los objetivos de la interpretación ambiental es ayudar a lograr que se cumplan los objetivos de manejo del área, es evidente que las técnicas de interpretación pueden ayudar en las mismas relaciones públicas, especialmente con los medios de comunicación masiva.

- 2.1. En cuanto a su contacto con estos medios, hay que:
 - determinar el mensaje; hay que definir exactamente lo que se quiere comunicar.

- identificar los grupos públicos o el "blanco" del mensaje; ¿quién se desea que reciba el mensaje? los líderes de la comunidad, grupos de campesinos, turistas potenciales en las ciudades, etc.
- en base a la información determinada en los primeros dos puntos, determinar el mejor medio de comunicación; puede ser la televisión, o la radio. Hay que analizar quien pone atención a cual medio de comunicación.

- 2.2. En cuanto a la **televisión**, ésto es algo difícil, ya que son pocas las AP que tienen los equipos de video, y el personal capacitado para hacer la filmación necesaria. Sin embargo, se puede pedir que reporteros y filmadores de una emisora vayan al AP para un propósito específico, siempre y cuando el personal, especialmente el intérprete, esté listo para recibirlos y darles la información requerida, guiarlos donde sea necesario, y en general orientarlos en cuanto a lo que deben filmar y decir. Siempre es aconsejable entregar algo escrito a los reporteros para ayudarles en la preparación de lo que van a decir. Si no, es muy probable que digan algo que no sería conveniente para el AP. (ver apuntes sobre Artículos para la Prensa).

Entre más apoyo logístico (transporte, alojamiento, comida etc. se les de, mayor probabilidad existe que estas personas vayan a querer hacer la visita al AP. Con frecuencia sucede que un equipo de filmación no tiene mucho tiempo, y anda muy apurado. Prepare todo para que apenas llegen, se puede filmar lo que Ud quiere. Si no, puede perder la oportunidad.

- 2.3. En cuanto a **la radio**, normalmente su cobertura tendrá la calidad de una entrevista con funcionarios del AP, o la presentación de cuñas radiales. En ambos casos, hay que estar bien preparados, con toda la información a la mano. (ver los apuntes respectivos)
- 2.4. En cuanto a los **periódicos**, a veces se recibe la visita de reporteros, a los cuales hay que recibir en forma similar a la utilizada para recibir a los filmadores, con un texto preparado e información que se desea sea publicada. Es necesario saber cuándo y qué materiales se debe llevar a la prensa para su difusión.
- 2.5. Desventajas de los medios de comunicación masiva:

- no son selectivos, es decir, no se sabe si el público va a leer o escuchar lo que se quiere comunicar;
- muchas veces la información que se desea diseminar no es presentada como fue previsto, debido a cambios realizados por el medio respectivo, o a mal entendidos;
- lograr contacto con los medios de comunicación masiva no es tan fácil; siempre tienen sus prioridades, las cuales rara vez incluyen temas relacionados con el medio ambiente.

2.6. Para mejorar las posibilidades de que el AP realmente aproveche estos medios, es imprescindible:

- preparar artículos o textos escritos para entregar a las personas correspondientes; sin embargo, tienen que estar preparados en un estilo apropiado para el medio, si se desea que sean utilizados tal como están presentados.
- cultivar relaciones con individuos claves, y poco a poco educarlos, estableciendo contacto continuo a fin de concentrarlos y lograr que temas acerca del AP (y el medio ambiente en general) reciban mayor prioridad.

ACTIVIDADES:

Pedir que los participantes describan como los medios de comunicación masiva han sido (o no han sido) utilizados por su AP.

Hacer que los participantes escriban un informe para la prensa sobre algún viaje o gira que han realizado durante el curso, siguiendo los lineamientos de los apuntes.

Establecer contacto con una emisora radial o de televisión local, a fin de que los participantes presenten materiales para ser usados en estos medios, o que sean entrevistados sobre el curso.

TEMAS RELACIONADOS:

Módulo C (Interp.): Tema 10

Módulo E (Admin.): Temas 6,7 y 8

Módulo F (Manejo): Tema 7

Apunte 11a

DIRECTRICES PARA LA PREPARACION DE UN ARTICULO PARA LA PRENSA

1. Deben ser expresiones concisas de carácter informativo, en las cuales el núcleo de lo que se desea comunicar debe ser presentado en el primer párrafo.

El resto del texto debe ser una amplificación del primer párrafo. El primero también debe decir suficiente como para captar el interés del lector, igual que un buen letrado interpretativo.

2. En un buen informe de prensa, hay que contestar las siguientes preguntas:

- ¿Quién? La persona, grupo u organización que es el objeto del artículo.
- ¿Qué? ¿De qué evento o situación se trata?
- ¿Dónde? La ubicación del evento o situación.
- ¿Cuándo? ¿Cuándo sucedió, o va a suceder el evento o situación?
- ¿Por qué? ¿Cuál es el motivo para la realización del evento o situación.
- ¿Cómo? La manera en que sucedió el evento o situación; los antecedentes.

3. De alguna manera, hay que incluir algún mensaje sobre el impacto negativo o beneficio, según el caso, que recibirá el público en general a raíz del evento o situación.

Apunte 11b

PREPARANDOSE PARA UNA ENTREVISTA RADIAL

(Adaptado de un Manual para Capacitación para las Areas Silvestres Protegidas del Pacífico Sur por Rex Mossman)

Haga contacto con las emisoras locales de radio.

Averigue el nombre del gerente o persona encargada de programación, o de entrevistas. Presente su idea para una entrevista. Dele ideas para temas o "ángulos" que puedan interesar a una gran cantidad de oyentes. No todas las noticias son políticas; muchas veces interesan temas sobre estilos de vida (p.e. como se vive en un parque nacional). Si no tiene éxito la primera vez, repita la visita más tarde. Llame su contacto por teléfono, y mándele boletines, folletos, y otra información pertinente.

Una vez arreglada la entrevista, hay que trabajar. Averigue quien es el auditorio: jóvenes, adultos, mujeres, etc., y ordene lo que va a decir según estos oyentes, siempre pensando en el mensaje y el objetivo principal de la entrevista. Conozca el estilo y el formato del programa. ¿Será la entrevista de 3 ó 20 minutos? No trate de decir todo en una entrevista de 3 minutos. Seleccione los puntos mas importantes, y asegúrese de decirlos.

Pregunte con anticipación la duración de la entrevista, y qué tipo de preguntas se harán (es difícil que se le muestren las preguntas específicas antes del programa, pero puede obtener una idea).

Durante la entrevista, manténgase RELAJADO. No sea imponente o esotérico, sino amable y con calor humano. Esto se nota en la voz. No utilice palabras técnicas, sino las cotidianas. Ud. esta allí para comunicar algo a los oyentes, no para enajenarlos con su actitud.

Conteste las preguntas, y no trate de evadirlas. Si no conoce la respuesta adecuada, es mejor decir "no se" que dar una respuesta inadecuada, lo cual es casi siempre evidente a los oyentes. No permita que el locutor se enoje, y no pierda el control nunca. Si siente que se está enojando, inclínese hacia adelante y deje caer los hombros. No tenga miedo de pedir un vaso de agua.

Durante la entrevista, aléjese mentalmente de la sala de radio, e imagínese que se encuentra con un amigo tomando un café, y contando la misma historia. Recuerde que Ud. está siendo entrevistado porque Ud. domina el tema; si realmente conoce el tema no tiene porqué preocuparse. No vaya a la entrevista con un montón de libros, pero si lleve alguna notas o referencia para ayudar su memoria. Nunca lea de sus notas, sino hable espontáneamente. Sea Ud. mismo, actúe naturalmente, y disfrute de la experiencia.

Apunte 11c

ESCRIBIENDO CUÑAS RADIALES

(adaptado de una publicación: "Comunicación y Educación Ambiental para Técnicos" editado por Robert Ruth, de Ohio State University)

Las cuñas radiales son escritas para ser leídas en aproximadamente 120 palabras por minuto ó 60 palabras cada 30 segundos. Sin embargo, recuerde dejar espacio para la música al principio y al final. Por ejemplo, si usted tiene 5 segundos de música al principio y 5 segundos de música al final, necesita restar este tiempo del total y usar menos palabras en el tiempo sobrante. El mensaje escrito a doble espacio y con márgenes anchos es muy recomendable para trabajar con estaciones radiales.

El párrafo superior tiene muchas palabras cortas. Este párrafo tiene casi 80 palabras que pueden ser leídas en más o menos 30 segundos sin incluir música introductoria ni final. Cuando yo termine este último párrafo, el tiempo total será unos 60 segundos. Esto le dará una idea de cuantas palabras escritas de este modo hacen una cuña radial de 30 segundos y una de 60 segundos.

INTERP. CONTENIDO-2

EL PAPEL DE LA CREATIVIDAD EN RELACION A LAS ACTIVIDADES DE INFORMACION, INTERPRETACION Y EDUCACION AMBIENTAL

OBJETIVOS:

Al terminar este tema, los participantes deben poder:

1. Definir los estilos de creatividad.
2. Describir cuatro estilos comunes de personas creativas.
3. Enunciar y explicar los cinco pasos en el proceso creativo.
4. Enlistar cinco maneras para mejorar sus habilidades creativas.

REFERENCIAS:

National Park Service, FY 86 (1986), Campbell, D. (1977).

PRESENTACION:

- 1.1 Con el fin de darse una idea de las necesidades del grupo pregunte ¿Qué es lo que necesitan y quieren aprender sobre creatividad? Inicie la discusión con un ejercicio: Pida a los participantes que presenten alguna información sobre su AP en una forma "creativa", es decir diferente a lo que normalmente hacen. Pueden aprovechar de objetos cercanos, música, canciones, poemas, teatro, e involucrar a otros participantes si desean.

Después déles a conocer los objetivos de éste tema, e iniciar una discusión de qué es la creatividad, organizando los conceptos y actuaciones derivados de las presentaciones de los participantes.

- 1.2 El diccionario da la siguiente definición:
CREATIVO: Capaz de crear alguna cosa
CREAR Latín (creare): Hacer nacer o darle vida a una cosa.

En el ámbito de la información, interpretación y educación ambiental el concepto de creatividad se da en el sentido de "darle vida a un concepto, a un hecho ó a una situación determinada de tal manera que el receptor sienta, y razone el mensaje". Otras definiciones:

- una acción que produce un resultado novedoso, útil y entendible
- la habilidad de visualizar, anticipar y generar ideas
- las disciplinas de la Información, Interpretación y Educación necesitan de visionarios creativos en las AP.

- 2.1 En general podemos decir que las personas tienden a adoptar alguno de los siguientes cuatro estilos de creatividad:

INTERP: CONTENIDO-3

- a) El creador constipado. "Si la fuerza, la idea vendrá"
- b) El creador comatoso. "Si espera, la idea vendrá"
- c) El creador común. si se comporta de acuerdo al estereotipo del "creador" (temperamental, testarudo, ausente, artístico, "ido") debe ser creativo
- d) El creador creativo. Si trabaja de acuerdo a las cinco fases del proceso creativo, tendrá éxito. Las fases son: preparación, concentración, incubación, iluminación, verificación.

2.2 La creatividad abarca, pero debe distinguirse de lo siguiente:

- a) Habilidad creativa - potencial
- b) Actividad creativa - potencial con energía
- c) Progreso creativo - serie de actividades
- d) Solución creativa de problemas - orientado hacia una misión ó deber.

2.3 La creatividad requiere de la re-organización de la información vieja y nueva para la persona.

2.4 Con frecuencia la creatividad está mal entendida.

- Lo creativo NO ES SINONIMO de artístico
- El uso restringido de la voluntad NO AFECTA necesariamente la creatividad (por ejemplo, si se da un tema para desarrollar un programa, no afecta su creatividad).
- La creatividad NO ESTA EN FUNCION NI ES EL RESULTADO DE inteligencia extrema
- La creatividad no requiere de grandes aptitudes ni de muchas aptitudes.

Es difícil definir la creatividad, pero importante reconocerla cuando se presenta.

3.1 Las fases de la creatividad según Campbell (1977) son:

- a) Preparación: que incluye la identificación del problema y la recopilación de la información.
- b) Concentración: Que abarca el trabajar y el emplear totalmente a la persona y su atención en imaginar e idear.
- c) Incubación: incluye descanso y relajamiento, distracción y diversificación.
- d) Iluminación: incluye la reunión de todos los elementos y la selección de la mejor idea.
- e) Verificación/Producción: incluye el juzgar la idea en relación a las restricciones, resolver las restricciones, implementar la idea

INTERP. CONTENIDO-4

y la evaluación.

3.2 Algunas formas de mejorar la habilidad creadora.

- a) Sea consciente de usted mismo ¿Qué me gusta?, Ponerme en contacto con mi subconciencia, desarrollar y tomar en cuenta a mi intuición, usar mi imaginación, agudizar mis sentidos;
- b) Libérase de obstáculos conceptuales;
- c) Tenga confianza - tome riesgos, desarrolle el sentido de jugar sea firme y positivo, trate de buscar su comodidad en medio del caos, la ambigüedad y el desorden;
- d) Ejercite su mente - reorganice la información, acepte críticas, aisle los elementos del problema. Cambie su forma de ver el problema. Trabaje en equipo.

3.3 Para el intérprete, sugiera que una vez al mes haga algo nuevo en su trabajo: por ejemplo, presentar un tema rutinario usando una técnica diferente (música, teatro); o presentar un tema diferente. El asunto es forzarse un poco a variar e inventar. Es importante darse cuenta que no hay castigo si la nueva forma de presentar algo no funciona. Es un experimento que puede resultar fantástico, o también puede fracasar.

ACTIVIDAD

Discuta y elabore con los participantes

¿Cuál será su definición de creatividad?

¿Cuál es la importancia de la creatividad en relación a las disciplinas tratadas en éste modulo?

Deles 30 minutos para que elaboren un programa de INFORMACION, INTERPRETACION o EDUCACION ambiental con el siguiente tema:

Los eventos que conformaron la vida de nuestros predecesores nos dan hoy una lección, en otras palabras, "a menos que sepamos de dónde venimos, es imposible saber a dónde vamos" o, "La cadena alimenticia es muy compleja y tiene muchas partes que interactúan, y son interdependientes". Dé cinco minutos al final para una crítica de grupo.

REGLAS

1. Debe usarse claramente el tema dado.
2. Todos los miembros del grupo deben tener la oportunidad de hablar.
3. Se puede utilizar cualquier material que pueden encontrar en 1/2 hora.
4. Se debe completar el programa en 10 minutos.
5. La creatividad es más importante que el contenido.

INTERP: CONTENIDO-5

TEMAS RELACIONADO

Módulo B (Protecc.): Temas 2, 4, 6

Módulo C (Interp.): Temas 1 a 11

Módulo D (Manejo): Tema 7

Módulo E (Admin.): Temas 1 a 10